

Дмитренко О.П.

кандидат філологічних наук, доцент

доцент кафедри німецької мови факультету МЕІМ

ДВНЗ «Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана»

МОДЕЛІ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ НА БАЗІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Анотація. У статті порушується питання комунікації як складного смислового аспекту соціальної взаємодії людей у суспільстві, описуються найважливіші моделі комунікації, їх структури та специфіка.

Abstract. The author considers the communication as a complicated aspect of social interaction of people in the society, describes and gives analysis of the most important models of communication, their structures and specificity.

Метою даного пошуку є розкрити та продемонструвати складність феномену комунікації, розглянути та проаналізувати наявні у науковій літературі моделі комунікації та використовувати їх у процесі навчання успішному спілкуванню.

Актуальність даного пошуку викликана бурхливим розвитком комунікативної лінгвістики, її теоретичними та практичними завданнями, свідомим ставленням носіїв мови до своєї комунікативної діяльності, вмінням чути, сприймати, аналізувати та досягати комунікативної мети в процесі спілкування.

Огляд публікацій, у яких порушується дана проблема.

Комунікація виникла у людському суспільстві як потреба індивіда передати іншому індивіду інформацію, необхідну для спільної дії. Первинними комунікативними засобами були невербальні знаки — найпростіші жести, схвальна чи несхвальна міміка обличчя. Правильне розуміння цих знаків було можливим лише у їх стійкій співвіднесеності. З плином часу homo habilis «людина вміла» навчилася передавати інформацію вербальними засобами (за допомогою слів, виразів, речень, текстів), набувши статусу homo loquens «людини, що говорить». Комунікація є одним із найважливіших складників життя людини, одним з особливих типів людської діяльності поряд з мисленнєвою, трудовою, ігровою, завдяки яким «... людина виокремилася зі світу, що її оточує, і піднялася над ним завдяки мисленнєвій і мовленнєвій діяльності, спілкуванню за допомогою виняткової знакової системи — природної мови» [1, с. 31]. Комунікація як цілеспрямоване спілкування людей поступово розширювала свої можливості та функції, додавши до процесу спілкування технічні, інформаційні, пошукові, трансляційні засоби, нові комунікативні елементи. Процес комунікації розвивається, трансформується та вдосконалюється разом з суспільством. Постійно змінюється та зростає об'єм інформації, зростає кількість повідомлень, що передаються та отримуються, виникають нові канали зв'язку. З появою мережі Інтернету у сучасному світі швидко розвивається технічний та технологічний аспекти комунікації. Поступово складається світова система обміну інформації, відбувається глобалізація комунікативних каналів. Трансформації такого плану

торкаються всіх сфер суспільного життя індивіда та суспільства в цілому. Комунікація як найактивніша форма розумової життєдіяльності людей змінює свої форми, засоби, методи та характер. Незмінною при цьому залишається сутність самої комунікації як обміну думками чи інформацією, встановлення чи відновлення контактів між людьми та досягнення взаєморозуміння між ними. Дослідники розглядають комунікацію у широкому та вузькому сенсі. У широкому розумінні комунікація охоплює обмін інформацією між людьми, канали засобів передавання та отримання інформації, при яких задіяні «машини, прилади, штучний інтелект, комп'ютерні мережі і програми, культурні знаки, космічні реалії» [4, с. 8]. У вузькому розумінні комунікація є основним способом спілкування людей та найактивнішою формою людської життєдіяльності.

Виклад основного матеріалу. Складність та багатоаспектність комунікації, її інтегрованість у всі сфери життя значно ускладнює її вивчення як наукової та практичної галузі знань. У літературі не існує єдиного підходу до вивчення комунікації, неточно визначено й сам термін «комунікація». Так, наприклад, німецькі дослідники розглядають комунікацію як «...акцію спілкування за допомогою мовних і немовних знаків, з метою передати інформацію незалежно від способу та намірів комунікантів [7], як «...процес передачі та сприйняття думок, інформації та повідомлень» [9], як «обмін чи передавання інформації між двома системами» [12, с. 192], як «обмін повідомленнями між двома індивідами, які містять інформацію, що виражає емоційність актантів, їх потреби, інтереси, оцінювання, переконання, які зазнають змін чи трансформацій. Комунікація є важливим фактором соціального співіснування, життєвим нервом будь-якої дії» [10].

Українські вчені під комунікацією розуміють як «...цілеспрямований процес інформаційного обміну між двома і більше сутностями за допомогою певної семіотичної системи» [6, с. 40], як «...модус існування явищ мови (поряд з мовою та мовленням): спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації [4, с. 274], як «...смісловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування» [1, с. 33]. Щодо визначення сутності процесу комунікації у науковій літературі існує два підходи: а) *механістичний*, який розглядає комунікацію як односкерований процес кодування та передавання інформації від адресанта до адресата та б) *діяльністний*, за яким комунікацію розглядають як спільну діяльність усіх учасників (комунікантів), під час якої формується спільний (до певної межі) погляд на об'єкти і дії з ним. Щодо розуміння поняття комунікація дослідники виокремлюють два основних підходи до її розуміння, а саме: *процесно-інформаційний* та *семіотичний* підходи [2]. Семіотичний підхід акцентує увагу на знаках і знакових системах і визначає знаковий аспект комунікації та активно досліджує комунікативні процеси. Особливістю семіотичного аспекту комунікації є адекватне сприйняття мовного знаку, розуміння його змісту, особливостей його поєднання з іншими одиницями мовного коду та правильне використання його у процесі мовлення.

Про проблеми комунікації сьогодні говорять і пишуть дослідники різних

наук, а сам термін комунікація став терміном у понятійному апараті соціально-гуманітарних наук. Комунікація має надскладну організацію, обумовлену мовами з їх різними будовами та правилами, людським суспільством та його нормами, правилами мовленнєвої поведінки, соціальними, індивідуальними лінгвістичними та екстралінгвістичними чинниками, національними особливостями учасників комунікації. Проте без наявності її основних складників, а саме: а) адресанта; б) адресата; в) самого повідомлення; г) каналу комунікації; ґ) комунікативного (інформаційного) шуму; д) фільтрів; е) зворотного зв'язку; є) контексту; ж) ситуації, комунікація неможлива. Ф. Бацевич зазначає, що в усіх типах спілкування діють певні нежорсткі правила, тенденції, відшліфовані століттями певним соціумом та вводить поняття «комунікативні закони». «У процесі комунікації, як і в системі мови діють певні закони, пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями учасників комунікації, їх соціальними ролями» [1, с. 42]. Комунікативні закони з плином часу можуть змінюватися, вдосконалюватися та мають національну специфіку. Ці закони діють у будь-яких типах масового, публічного, групового та міжособистісного спілкування, тому їх вважають об'єктивними законами комунікації. Доречно назвати деякі з цих законів, як от:

- закон дзеркального розвитку спілкування (співрозмовники автоматично, підсвідомо імітують стиль один одного);
- закон залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль (ефективність спілкування прямо пропорційна комунікативним зусиллям);
- закон прогресивного зростання нетерпіння слухачів (чим довше говорить мовець, тим не уважніші й нетерплячі слухачі);
- закон зниження рівня інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності (чим більшою є кількість слухачів, тим нижчим є середній інтелектуальний рівень аудиторії);
- закон комунікативного самозбереження (мовець намагається зберегти досягнутої ним комунікативної рівноваги);
- закон ритму спілкування (співвідношення говоріння та мовчання; людина говорить менше, ніж мовчить);
- закон мовленнєвого самовпливу (словесне втілення певної думки дає змогу мовцю остаточно впевнитися та утвердитися в ній);
- закон довіри до зрозумілих висловлювань (простіше, лаконічне висловлювання розуміють краще і більше йому вірять);
- закон протягування критики (чим більше мовець вирізняється серед інших, тим більше про нього говорять та критикують його);
- закон самовиникнення інформації (інформація породжується у формі чуток);
- закон модифікації нестандартної комунікативної поведінки комунікантів (у разі порушення комунікативних норм одним співбесідником, інший змушує його змінити свою поведінку);
- закон спотворення інформації (у процесі передавання інформація спотворюється);

- закон емоційної афіліації (комуніканти можуть потрапити у однаковий емоційний стан);
- закон мовленнєвого посилення емоцій (словесна констатація емоції посилює її в півтора-два рази, наприклад у пропаганді, під час медитацій);
- закон мовленнєвого поглинання;
- закон емоційного пригнічування логіки (емоційний стан мовця впливає на логічність та аргументованість мовлення).

Знання наведених комунікативних законів та вміння ними користуватися чи протистояти їм є важливою складовою комунікативної компетенції кожної людини.

В основі міжособистісної комунікації можуть бути різні мотиви, цілі та завдання для її учасників. Визначальним для цього виду комунікації є передача чи отримання тої чи іншої інформації, спонукання партнера до дії, намір вплинути на нього чи, навіть, змінити його погляди та думки, викликати співчуття чи емоційну підтримку. Для розкриття сутності та механізмів комунікації дослідники застосовують методи моделювання. Модель комунікації вчені розуміють як схему, що «відтворює основні елементи та функціональні характеристики комунікативних процесів» [6, с. 286; 1, с. 349].

Специфіка кожної моделі обумовлена належністю її автора до тієї чи іншої наукової школи чи певної галузі науки. Комунікацію досліджують психологи, соціологи, антропологи, економісти, лінгвісти, математики, інжиніринги тощо. У кожного дослідника складається своє уявлення про процес комунікації, з позицій якого вони й розробляють свої моделі. Моделі комунікації структуруються на різноманітних основах: соціологічних, психологічних, семіотичних. Так Г. Почепцов виокремлює літературні, театральні, герменевтичні, фольклорні, культурологічні, прагматичні, наративні, текстові, філософські, ігрові, антропологічні, речові, деконструктивістські, постдеконструктивістські, математичні, кібернетичні, розвідувальні, конфліктологічні та інші моделі спілкування [5]. Моделі можна структурувати за функціями, змістом, формою, цілями та завданнями. Відповідно до завдань певної дисципліни, моделюються специфічні для предмета даної науки складові комунікації. У рамках однієї науки можуть існувати різні завдання, тоді моделі комунікації повинні охоплювати різні типи комунікації чи такі, що акцентують своєрідність інтенції комунікатора: поінформувати, навчити, спонукати до вивчення, дати настанову, пораду, переконати, перевірити, прийняти рішення, змінити погляди, думку. Досвід переконує, що найзагальніші та універсальні моделі комунікації є некорисними для виконання практичних завдань.

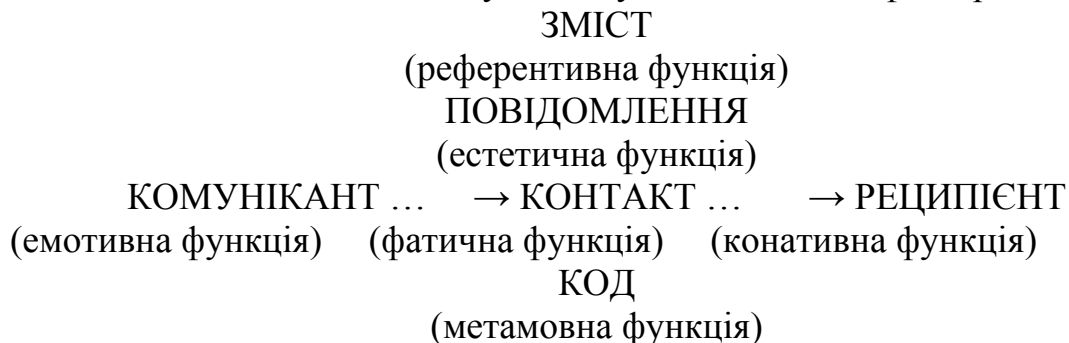
Основною моделлю комунікації довгий час вважалася модель «оратор → промова → аудиторія» давньогрецького філософа IV століття до н. е. Аристотеля. Кінцева мета моделі Аристотеля була в тому, щоб людина почула повідомлення, проголошене оратором. Головною запорукою успіху комунікації за цією моделлю було відмінне володіння ораторським мистецтвом. Елементи моделі комунікації Аристотеля відтворюються і в сучасних моделях комунікації, оскільки грецька традиція мистецтва риторики залишалася практично незмінною аж до XX

століття. Тільки з бурхливим розвитком масових комунікацій за допомогою радіо, кіно, телебачення та потребами пропаганди класична модель Аристотеля була трансформована та зазнала змін. Одним з перших, хто досліджував питання сучасної комунікації був американський політолог Гаральд-Дуайт Лассуел. Його модель базувалася на досвіді ведення пропаганди у армійських підрозділах під час другої світової війни. Модель Г.-Д. Лассуела була визнана у науковому світі та стала головною парадигмою у вивченні комунікації. Проте ця модель не відображала всього спектру комунікативних функцій. За моделлю Г.-Д. Лассуела комунікація розгортається від мотиву чи причини мовлення до ефекту, який отримав адресат. Ця модель комунікації отримала назву лінійної чи трансмісійної моделі. Процес комунікації за моделлю Г.-Д. Лассуела складається з наступних етапів: а) джерело інформації, тобто, особа, яка розпочала комунікацію; б) сама інформація, тобто, що говорить дана особа? в) спосіб передачі інформації — за допомогою якого каналу передається інформація? г) одержувач інформації — кому спрямоване повідомлення? ґ) ефект комунікації — з яким наміром чи який результат очікується? Комунікація за цією моделлю вважається успішною, якщо адресат отримав повідомлення. Адресат, якому спрямована інформація, є, отже, пасивним учасником процесу комунікації, «об'єктом навмисного впливу» [6, с. 41]. Прикладом лінійної моделі комунікації можуть слугувати засоби масової інформації, політичні, філософські, економічні дебати, суперечки, ділова кореспонденція тощо. Наприклад, лист-підтвердження замовлення: *Sehr geehrter Herr von Schulze, wir danken Ihnen für Auftrag über Schreibautomaten und bestätigen hiermit, dass wir gemäß unseren allgemeinen Verkaufsbedingungen liefern können...*

Отже, недоліком моделі Г.-Д. Лассуела є відсутність взаємодії адресанта й адресата за допомогою вербальних і невербальних засобів мовного коду.

Лінійна модель комунікації має багато варіантів, запропонованих іншими вченими-дослідниками, як от: Річард Бреддок, Клод-Елвуд Шеннон, Юрій Лотман, Роман Якобсон та ін. Американський мовознавець Р. Якобсон запропонував видозмінену лінійну модель комунікації для функціонального дослідження окремих мовленнєвих актів та комунікативних подій. Його модель була лінгвістичною інтерпретацією ідей американського математика та інженера-електроніка К. Шеннона для потреб лінгвістики. Модель Р. Якобсона базується на відомій Аристотелівській лінійній основі: адресант (оратор) → повідомлення (промова) → адресат (аудиторія). Ця модель має форму трикутника, третьою його точкою є контекст. Дослідник наголошує на тому, що повідомлення повинно співвідноситися з тим чи іншим контекстом. До трикутника додаються також контакт (фізичний канал та психологічний зв'язок між адресантом та адресатом) та код (загальна, однакова для адресанта й адресата система значень, які формують повідомлення). Комунікація за моделлю Р. Якобсона починається з встановлення конституційних факторів, котрі забезпечують можливість її протікання. Потім моделюються функції, які акт комунікації виконує стосовно кожного факту, а саме: а) емотивну; б) референтну або позначувальну; в) конативну або впливову; г) поетичну; ґ) фатичну (контактовстановлювану); та д) металінгвістичну. Адресант формує повідомлення засобами мовного коду у

межах певного контексту чи певної тематики, встановлює контакт з адресатом та відсилає йому своє повідомлення. При найсприятливішому перебігові комунікації за даною моделлю спрацьовують усі її чинники, «однак на практиці на чільне місце спілкування може виходити один із складників комунікації» [1, с. 54]. Нижче подається модель мовної комунікації у вигляді шести факторів.



Деякі дослідники вважали цю модель комунікації надто абстрактною, такою, що не охоплює всіх видів комунікацій, що відбуваються в культурі. Проте вона широко використовується в лінгвістиці як для аналізу функцій мови в цілому, так й для аналізу окремих мовних одиниць. Ця модель комунікації бере до уваги не лише мову комунікації, а й самого користувача мовою.

Наступною моделлю семіотичної лінії комунікації є модель Ю. Лотмана, який зазначав, що «в механіці культури комунікація відбувається щонайменше по двох каналах, які мають цілком різне облаштування» [3, с. 163]. Згідно до цього твердження Ю. Лотман виокремлює дві моделі комунікації, а саме: а) «Я — Він» та «Я — Я». Перша модель «Я — Він» є схематичним відбитком моделі комунікації Р. Якобсона, а модель «Я — Я» є автокомунікацією, якій дослідник надає великого значення та розрізняє два її підтипи: *мнемонічний* та *інвенційний*. Мнемонічний тип комунікації є комунікацією самого з собою з метою збереження тої чи іншої інформації. Сюди відносимо записи про визначні події в сім'ї, нагадування зробити щось негайно та обов'язково (написати статтю до визначеного терміну), зателефонувати комусь, зустрітися з кимось, записи рецептів приготування страв і таке ін. Інвенційний тип комунікації є комунікацією самого з собою з метою збільшити, змінити, трансформувати, удосконалити наявну інформацію. Сюди відносимо роздуми на березі моря під плюскіт хвиль, роздуми під час прогулянок в парку тощо.

Шумова модель комунікації К.-Е. Шенонна та У. Уівера доповнює лінійну модель таким елементом як шум. Шумова модель передбачає телефонічну комунікацію, тобто «...враховує передусім технічний бік проблеми» [1, с. 53]. На заваді комунікації за цією моделлю стає так званий комунікативний шум, спричинений зовнішніми та внутрішніми чинниками. Розрізняють перешкоди технічного плану (неполадки в приймачі чи каналі) та перешкоди семантичного плану, викликані спотворенням значень мовних знаків при сприйнятті змісту повідомлення, психологічним та фізіологічним станом, комунікативною грамотністю та поведінкою реципієнта).

Моделі, що передбачають активність та зворотній зв'язок усіх учасників процесу спілкування, які відтворюють комунікацію як ланцюг дискретних

(переривчастих) актів за допомогою вербальних і невербальних засобів мовного коду, отримали назву *інтеракційних моделей*. Моделі цього плану розглядають комунікацію як низку дискретних актів, що мають початок та кінець. Основним актантом у даному типі комунікації є відправник повідомлення, від якого залежить реакція отримувача інформації. Недоліком інтерактивної моделі є недостатність диференціації каналів комунікації, неналежним чином враховані психологічні, соціальні, освітні чинники, що впливають на перебіг комунікації.

До інтеракційних моделей дослідники відносять також й *культурологічну модель* М. Бахтіна, основними ідеями якої є діалогічність та карнавалізація. Комунікацію вчений розглядав як мовну творчість, як породження нових смислів, що виникають у результаті активної взаємодії комунікантів. Необхідною умовою будь-якого висловлювання М. Бахтін вважав: а) його зверненість, адресованість, тобто, наявність та взаємозалежність адресата від адресанта або навпаки; б) залежність висловлювання від контексту, часу та місця (ідея хронотопу). Однак, як зазначає українська дослідниця О. Яшенкова, інтеракційні моделі «...недостатньо диференціюють канали, медіуми комунікації, не враховують психологічних, соціальних, культурних та інших чинників, які можуть впливати на перебіг комунікації» [6, с. 42].

Наступною моделлю комунікації є *транзакційна модель*. Ця модель демонструє процес одночасного відправлення та отримання повідомлень комунікантами, які залежать один від одного, «залишаючись при цьому неповторними особистостями» [1, с. 55]. Особа здатна отримати та відразу декодувати повідомлення іншої особи, прореагувати на нього, а та в свою чергу також декодує повідомлення та реагує на нього. Транзакційна модель розглядає комунікацію як процес, в якому комуніканти постійно взаємодіють один з одним, формують та висловлюють своє ставлення до почутого та реагують на нього. Висловлювання та ставлення до почутого залежать від соціально-історичного досвіду комунікантів.

Найпоширенішими серед транзакційних моделей комунікації є модель німецького вченого В. Шрамма, американських дослідників Т. Гембл і М. Гембла (*колова модель*) та модель комунікації Френка Денса. В. Шрамм розглядає комунікацію як «...постійну інформаційну, психологічну, емоційну налаштованість комунікантів один на одного» [1, с. 56]. У процесі комунікації відправник і одержувач не міняються своїми місцями, а виконують свої функції одночасно.

Свою модель Т. Гембл і М. Гембл представляють як коловий процес, в якому обидва комуніканти у рівній мірі відповідають за відправлення та отримання інформації, характер взаємодії комунікантів залежить від контексту комунікації. Автори цієї моделі наголошують на можливості виникнення перешкод, спричинених каналами передавання інформації чи самим контекстом інформації.

Свою модель комунікації Френк Денс зображає у вигляді спіралі, яка символізує розвиток комунікації індивіда з моменту його народження. Поведінка комуніканта в кожний конкретний момент залежить від набутого ним раніше досвіду і впливає на майбутні його комунікативні дії. Це твердження торкається

двох і більше актантів комунікаційного акту. Місця перетину спіралей комунікантів демонструють наявність контакту між ними, тобто, тут відбувається процес відправлення та отримання повідомлень. Символічні спіралі комунікації можуть перетинатися постійно або ж декілька разів за весь період життя.

Соціально-психологічна (інтеракціоністська) модель комунікації Т. Ньюкомбо передбачає динаміку змін у процесі комунікації. Дана модель ураховує стосунки як між самими комунікантами, так і їх ставлення до об'єкта розмови. При співпадінні ставлення між співрозмовниками один до одного, співпадатимуть також і їх ставлення до об'єкта розмови, і, навпаки, у разі не співпадіння ставлень один до одного, не співпадатиме їх ставлення до об'єкта розмови. Ситуація, коли співпадають ставлення співрозмовників один до одного та відсутнє співпадіння ставлень до об'єкта розмови, вважається неможливою. Загальною тенденцією цієї моделі комунікації є потяг, стремління до симетрії.

Заслуговує на увагу також й розгляд універсальної комунікативної моделі «чотирьох вух» німецького психолога Фрідемана Шульца фон Туна [11]. Психологія комунікації Ф. Туна ґрунтується на ідеях К. Бюлера, П. Вацлавіка, К. Роджерса, А. Адлера. Головною цінністю моделі «чотирьох вух» є пояснення прихованих проблем комунікації, що викликають непорозуміння між комунікантами та спричиняють конфліктні ситуації. Кожен з комунікантів сприймає інформацію одним з чотирьох каналів, чує її одним із чотирьох вух, тобто будь-яка інформація інтерпретується на чотирьох рівнях. Ми розуміємо інформацію на: а) об'єктивному чи функціональному рівні, тобто, про що я інформую тебе (Sachebene); б) рівні саморозкриття, тобто, інформація про того, хто говорить (Selbstoffenbarung); в) емоційному рівні, тобто, ставлення між мовцями (Beziehung); г) рівні звернення, заклику, тобто, що я хочу від тебе (Appell). Висловлювання на об'єктивному рівні повинні бути доступними, чітко та лаконічно сформованими. Кожного разу, коли ми говоримо, ми повідомляємо також й про себе. На третьому рівні, почавши розмову мовець, дає зрозуміти своєму співбесіднику, як він ставиться до нього. Сигнали посиляються імпліцитно, але отримувач реагує на них чутливо. І заклику може бути виражений відкрито та скрито (через сльози, у чеканні, що співбесідник здогадається про проблему сам). Ці чотири рівні Ш. фон Тун подає як квадрат, кожна з сторін якого відповідає чотирьом рівням повідомлення. Оскільки відправник на цих чотирьох рівнях висловлюється (чотирьома ротами), а отримувач інформації сприймає її чотирьома різними способами (чотирьома вухами), стає зрозумілим, чому виникають саме тут непорозуміння. Повідомлення є зрозумілим, коли відправлені сигнали транспортують рівнозначне повідомлення. Розглянемо та проаналізуємо типову ситуацію з позицій комунікативного квадрата «чотири роти» керівника проекту, термін здачі якого неупинно наближається. Один із співробітників, Потапенко, що мав підвести проект до завершення, раптово захворів і не може виконати свою роботу до кінця. Керівник проекту заходить у відділ і повідомляє: «Потапенко захворів! А у нас термін здачі проекту завтра!». Розкладемо дане повідомлення керівника на рівні. I-й рівень: Потапенка немає і хто виконає його роботу (схвильовано та обурено). II-й рівень: керівник незадоволений,

схвилюваний та обурений тим, що Потапенко захворів, бо він на нього розраховував. III-й рівень: керівник дає іншим співробітникам зрозуміти, що вони машини, які повинні безмовно та покірливо виконувати всі його накази. Отже, керівник посиляє інформацію двох типів: а) що він думає про своїх підлеглих; б) які відношення існують між ним та його співробітниками; в) його ставлення до Потапенка, як він міг захворіти, не довівши свою роботу до кінця. IV-й рівень: внутрішній голос керівника: Хто буде терміново виконувати роботу Потапенка?

А тепер проаналізуємо, яким чином сприйняли члени колективу повідомлення свого керівника за технікою комунікативного квадрата «чотири вуха» співробітника. На рівні фактів (I-й рівень): Потапенка не буде. Розділимо його роботу на всіх. На рівні саморозкриття (II-й рівень): з прикрістю та незадоволено: «Значить, захворів. Планували закінчити сьогодні. Я собі не дозволив би захворіти!». На рівні відношень (III-й рівень): «Цей Потапенко завжди хворіє, коли повно роботи! А тепер ми повинні зробити ще й його роботу! Замінили б його на молодого та здорового!». На рівні заклику чи звернення (IV-й рівень): «Я не буду робити його роботу! У мене й своєї достатньо!»

Нагальним для керівника у даній ситуації є питання: що відбувається? чому співробітники так реагують? як змінити ситуацію? У залежності від того чи зможе керівник правильно розпізнати сигнали своїх співробітників, зрозуміти, яким «вухом» вони сприйняли його повідомлення, він може обтяжити ситуацію, уможливити переростання її у конфлікт, або виправити її та попередити ескалацію конфлікту, знайшовши певні слова. Вважаю, що в цій ситуації доречними та дієвими були б наступні слова: «Шановні колеги, я прекрасно розумію, що ви зараз відчуваєте, оскільки кожен з вас самовіддано та творчо виконує певну частину проекту, який повинен сьогодні бути зданим. Ви всі маєте роботи вдосталь. Я бачу та ціную це. Але ситуація склалася так, що відсутній Потапенко, і ми разом повинні виконати його роботу, розділивши її між усіма членами нашої команди, включаючи й мене. Ми команда, у нас є загальна ціль й ми подолаємо всі форс-мажорні обставини та досягнемо своєї мети». Я певна, що ці слова здатні усунути агресію, поламати стіни непорозуміння та породити взаємодію та цілеспрямованість команди чи колективу. Модель комунікації Ш. фон Туна допомагає прояснити, проаналізувати, зрозуміти та позитивно вплинути на ситуацію. Ця модель розкриває та пояснює глибинні, найпотаємніші сутності комунікативних процесів, що відбуваються між двома особами, чи особою та колективом.

Висновки. Практика комунікативного моделювання не закінчується на наведених вище моделях. Проте розглянуті комунікативні моделі уможливлюють не тільки систематизацію та упорядкування знань про комунікацію, але й виокремлюють одну з найважливіших характеристик комунікації — тісний зв'язок комунікації з інформацією. Велика кількість моделей комунікативного процесу, видова та змістовна їх різноманітність, міждисциплінарність комунікації вимагає напрацювання єдиного підходу до вивчення питань комунікації. Конструктивне вирішення методологічних завдань, побудова моделей комунікативного акту, розуміння механізмів передачі інформації, виявлення

структури комунікативного простору відкриває горизонти подальших наукових досліджень.

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. — К.: ВЦ «Академія», 2012. — 375 с.
2. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. 1-е изд. / Д.П. Гавра. — СПб.: Питер, 2011. — 288 с.
3. Лотман Ю.М. Лекции по структурной поэтике // Ю.М. Лотман и Тартуско-Московская семиотическая школа. — М.: Гнозис, 1994. — 560 с.
4. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. / В.М. Манакін. — К.: ВЦ «Академія», 2012. — 288 с.
5. Поцепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Поцепцов — К.: ВЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
6. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.В. Яшенкова. — К.: ВЦ «Академія», 2010. — 312 с.
7. Grosse E. (1976) Text und Kommunikation. Eine linguistische Einführung in die Funktionen der Texte. Kohlhammer, Stuttgart, Berlin, Köhl, Mainz.
8. Kumbier, D. Schulz von Thun, F. (2006): Interkulturelle Kommunikation aus kommunikations-psychologischer Perspektive. In: Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele. — S. 9—27.
9. Martin, Hans-Jürgen (2001): Rechtschreibung und Rechtschreibreform. Einfaches Kommunikationsmodell. <http://www.schriftdeutsch.de/orth-li2.htm>
10. Rundnagel, Regine (2000): Definition von Kommunikation. http://141.90.2.11/ergo-online/ergo_frame1.html
11. Thun, F. Schulz (1981): Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation. Rowohlt, Reinbek.
12. Welte, Werner (1995): Sprache, Sprachwissen und Sprachwissenschaft: Eine Einführung. Frankfurt am Main: Berlin; New York; Paris; Wien: Lang.

Деяк М.Ю.

викладач кафедри іноземних мов фінансово-економічного факультету

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ШЛЯХИ ТА МЕТОДИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ ФАХОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ФАХІВЦІВ

Анотація. Забезпечення конкурентоспроможності українських економістів потребує вільного опанування ними фахової іноземної мови. Викладання економічної англійської у ВНЗ відбувається із застосуванням інноваційних методів інтерактивного навчання, студент-