

<https://doi.org/10.15407/socium2020.01.062>

УДК: 303.094

*Максимович О.В., канд. філос. наук, доцент, директор Навчально-наукового центру соціологічних досліджень Прикарпатського регіону ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”, докторант кафедри соціології Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, 76025, Україна м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57, email: olgamaksymovych@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-3463-1543>*

### СОЦІОЛОГІЧНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ МОДЕЛІ КОМУНІКАЦІЇ: МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ В ДОСЛІДЖЕННЯХ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В УМОВАХ ПРИКОРДОННЯ

*Розглянуто процес теоретичної концептуалізації соціологічних і психологічних моделей комунікації як важливого наукового підґрунтя соціологічного дослідження міжкультурної взаємодії підліткової молоді прикордоння. Розкрито динаміку та ключові семантичні віхи процесу становлення сучасного трактування міжкультурної комунікації. Простежено трансформацію уявлень про структурні елементи міжкультурної комунікації, їхні функції та завдання. Проаналізовано генезу уявлень про елементи моделей міжкультурної комунікації з урахуванням потреб та особливостей конкретного періоду їхнього виникнення та розвитку. Визначено вектор динаміки трактування міжкультурної комунікації з урахуванням особливостей сьогодення: від її технократичного до інтераціоналістського бачення. Акцентовано на спільному та відмінному в моделях комунікації Г. Лассуела, Шенона-Уівера, Т. Ньюкомба, Осгуда-Шрамма, Дж. Гербнера, Вестлі-Маклейна, Д. Берло, М. де Флера та Г. Маліцке. Зазначено, що трансформація розуміння процесу комунікації відбувається від її лінійного до циклічного трактування. Особлива увага приділена аналізу бар’єрів комунікації, концептуалізованих у моделях деяких із названих авторів у рамках поняття “шум”. Наголошено на вагомості та актуальності фактора зворотного зв’язку в процесах комунікації, особливо в площині міжкультурної взаємодії. Розкрито роль і значення структури особистості відправника та отримувача повідомлення в процесах комунікативної взаємодії, проаналізовано культурно детерміновані фактори тиску та обмежень, спричинені публічним характером процесів комунікації. Виокремлено підходи до пояснення суті комунікації у площині її наукових трактувань: структурний і процесуальний. Підкреслено, що структурні моделі зосереджені, насамперед, на аналізі складових елементів комунікації, тоді як процесуальні моделі переважно описують динаміку комунікації, процеси трансформації смислів у межах комунікативної взаємодії. Зроблено висновок, що найпридатнішими моделями міжкультурної комунікації, які можуть бути застосовані при аналізі міжкультурної взаємодії підліткової молоді прикордоння, є модель М. де Флера та модель Г. Маліцке.*

**Ключові слова:** соціологічні моделі комунікації, психологічні моделі комунікації, культура, міжкультурна комунікація, модель міжкультурної комунікації, прикордоння.

*Maksymovych O.V., Cand. of Sc (Philosophy), Associate Prof., Director of Educational and Scientific Center of Sociological Research of Precarpathian region of SHEI “Vasyl Stefanyk Precarpathian National University”, Doctoral candidate of Sociology Department of V. N. Karazin Kharkiv National University, 57, Shevchenka Str., Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76025, email: olgamaksymovych@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-3463-1543>*

© Максимович О.В., 2020

## **SOCIOLOGICAL AND PSYCHOLOGICAL MODELS OF COMMUNICATION: POSSIBILITIES AND RESTRICTIONS OF APPLICATION IN INTERCULTURAL INTERACTION RESEARCH AT THE BORDERLANDS**

*Paper considers the process of theoretical conceptualization of sociological and psychological models of communication as a substantial scientific basis for sociological study of intercultural interaction of adolescent borderland youth. This analysis highlights the dynamics and key semantic milestones of the formation process of intercultural communication in modern interpretation. This research traces the transformation of ideas about structural elements of intercultural communication models, their functions and tasks. Author analyses the genesis of ideas about the elements of models of intercultural communication with the needs and features of a specific period of their emergence and development. The vector of the dynamics of intercultural communication interpretation has been determined considering the peculiarities of the present: from its technocratic to interactionist vision. Emphasis is placed on the common and distinct communication models of G. Lasswell, Shannon-Weaver, T. Newcomb, Osgood-Schramm, J. Gerbner, Westley-MacLean, D. Berlo, M. de Fleur, and G. Melatzke Melatzke in the context of the logic of transformation, a shift can be made in the understanding of the communication process from a linear to a cyclic interpretation. Particular attention is paid to the analysis of communication barriers, conceptualized in the models of aforementioned authors within the concept of "noise". This research places emphasis on the importance and relevance of the feedback factor in communication processes, especially in the context of intercultural interaction. Understanding the role of the personality structure of the sender and the recipient of the communication in the processes of communicative interaction, reveals its significance. Furthermore, this study analyzes culturally determined factors of pressure and restrictions caused by the public nature of the communication processes. The approaches to explaining the essence of communication in the plane of its scientific interpretations are distinguished: structural and procedural. It is emphasized that structural models are focused, first of all, on the analysis of the constituent elements of communication, whereas procedural models mainly describe the dynamics of communication, the processes of meaning transformation within the limits of communicative interaction. It is concluded that the most suitable models of intercultural communication that can be applied in the analysis of intercultural interaction of adolescent borderland youth are M. de Fleur model and G. Melatzke model.*

**Keywords:** sociological models of communication, psychological models of communication, culture, intercultural communication, intercultural communication model, borderlands.

Актуалізація наукового вивчення феномену міжкультурної комунікації на початку XXI ст. зумовлена об'єктивною необхідністю пояснення особливостей українського (і не тільки) сьогодення та практичною потребою формування таких стратегій і тактик міжкультурної взаємодії, що сприятимуть налагодженню діалогу та порозуміння між представниками різних культур як всередині сучасного українського суспільства, так і поза його межами, особливо на території прикордоння.

Визначивши як предмет свого дослідження вплив міжкультурної комунікації на ціннісні орієнтації, життєві стратегії, професійні плани тощо підліткової молоді прикордоння, ми, зокрема, намагалися з'ясувати, до яких саме моделей комунікації вдається обрати нами соціальна група, які з-поміж наявних сьогодні теоретичних моделей комунікації спроможні найкраще описувати та пояснювати саме практики міжкультурної комунікації молодіжних груп і спільнот в умовах прикордоння. Ця публікація

присвячена аналізу генези та розвитку моделей комунікації, в тому числі й міжкультурної, яка постала окремим предметом наукового теоретизування в другій половині ХХ ст. Ми спробували поглянути на ці моделі в контексті їхньої спроможності слугувати інструментом пояснення практик міжкультурної комунікації молоді прикордоння. Підкреслимо, що в межах цієї статті ми не ставили собі за завдання розглянути вікові, просторові чи інші особливості молодіжних груп прикордоння, позаяк аналіз цих та інших питань вже був поданий у наших попередніх публікаціях (див., наприклад: [ 1; 2; 3; 4]). Водночас зазначимо, що наше звернення саме до підліткової молоді зумовлене тим, що цей етап у розвитку індивіда (Р. Інглгарт називає його формативним періодом) має особливе значення для формування особистості, інтеріоризації нею соціальних цінностей і норм. В умовах прикордоння цей процес має свою специфіку, оскільки на його теренах індивід може засвоювати не тільки цінності культури своєї країни, але й країни-сусіда.

Отже, **метою цієї статті** є визначення можливостей та обмежень застосування існуючих моделей комунікації до аналізу міжкультурної взаємодії підліткової молоді прикордоння.

Реалізуючи цю мету, насамперед зазначимо, що попри те, що проблематика комунікації у цілому та міжкультурної комунікації зокрема перебуває в центрі наукових дискусій зарубіжних дослідників впродовж останніх десятиліть, на теренах України ця тема стала предметом більш жвавого наукового зацікавлення порівняно нещодавно. Так, наукові студії в напрямку вивчення міжкультурної комунікації здійснили Н. Костенко, Л. Сокурянська, Ю. Сорока, М. Сотер, О. Філіппова, Л. Хижняк та інші. Вагомим науковим здобутком у напрямі теоретичного окреслення проблем міжкультурної комунікації варто вважати систематизований виклад понять і категорій цієї теорії у словнику термінів міжкультурної комунікації за редакцією відомого українського вченого в галузі комунікативної лінгвістики та філософії мови, професора Львівського національного університету імені Івана Франка Ф. Бацевича [5]. Це видання є першим словником в Україні та інших пострадянських країнах, що пропонує читачу визначення більш ніж 700 найуживаніших категорій теорії міжкультурної комунікації.

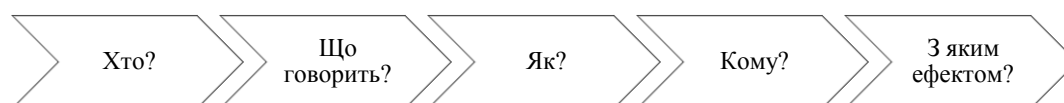
Водночас існує нагальна потреба в систематизованому викладі динаміки уявлень щодо міжкультурної комунікації, оскільки більшість авторів зосереджується на аналізі конкретних теорій чи моделей, не вдаючись до їхньої систематизації.

Наукове пояснення структури та елементів процесу комунікації, незважаючи на свою чималу історичну динаміку та тривалу генезу, у формі моделей комунікації переважно належить до хронологічного проміжку ХХ–ХХІ століть. Інтенсивні пошуки модельного концепту пояснення комунікації розпочалися наприкінці ХІХ ст., а вже в перших декадах ХХ ст. дослідники запропонували науковому та громадському загалу перші моделі пояснення комунікації.

Вивчаючи множинні варіанти моделей комунікації, сучасний автор і фахівець з обраної нами проблематики Г. Почепцов пропонує вирізняти три групи останніх: соціологічні, психологічні та семіотичні моделі. При цьому дослідник звертає увагу,

що симбіоз соціології та психології у напрямі тлумачення комунікації є принципово значущим. Саме тому він не викладає ці підходи в окремих розділах своєї монографії, натомість, об'єднує їх, наглядно демонструючи міждисциплінарну природу наукового пояснення феномену комунікації. Г. Почепцов зазначає, що аналіз комунікації активно здійснюється на стику соціології та психології, де було відкрито чимало цікавих моделей комунікації, що задають парадигму сучасних наукових підходів [6]. Аналізуючи моделі комунікації, ми звернемося, насамперед, до підходів, які можуть бути виправданими інструментами аналізу міжкультурної комунікації підліткової молоді прикордоння. Пропонований нами виклад моделей комунікацій подається в хронологічному порядку не з точки зору формальної зручності часового критерію, а з огляду на те, що час появи певної моделі дозволяє чітко зафіксувати проблематику, над якою замислювалися дослідники саме в рамках конкретного періоду суспільного розвитку. На наш погляд, такий підхід у контексті прогресу інформаційних технологій і становлення комунікації як соціального інституту є достатньо переконливим з гносеологічної точки зору. Звертаємо увагу читача, що наш виклад зорієнтований, радше, на окреслення основних тенденцій наукового теоретизування проблематики моделей комунікації. У межах цієї публікації ми сподіваємося розкрити динаміку ідей та основних векторів інтерпретації обраної нами проблеми, що можуть бути корисними інструментами пояснення феномену міжкультурної комунікації в умовах прикордоння.

Почнемо наш аналіз моделей міжкультурної комунікації з *моделі Г. Лассуела (1948)*. Зазначимо, що ця модель є найвідомішою моделлю пояснення комунікації та належить до структурних спроб розгляду комунікації. Саме вона та інші структурні моделі комунікації розкривають їхню дуальну природу. При цьому від початку теоретизувань щодо моделей комунікації їхній характер змінився несуттєво, а засоби, канали та ефекти комунікації трансформувалися докорінно, іноді до непізнаності. Так, у 1948 р. американський дослідник публікує роботу “Структура та функції комунікації в суспільстві”, пропонуючи читачам авторське (лінійне) розуміння моделі комунікації (рис. 1).



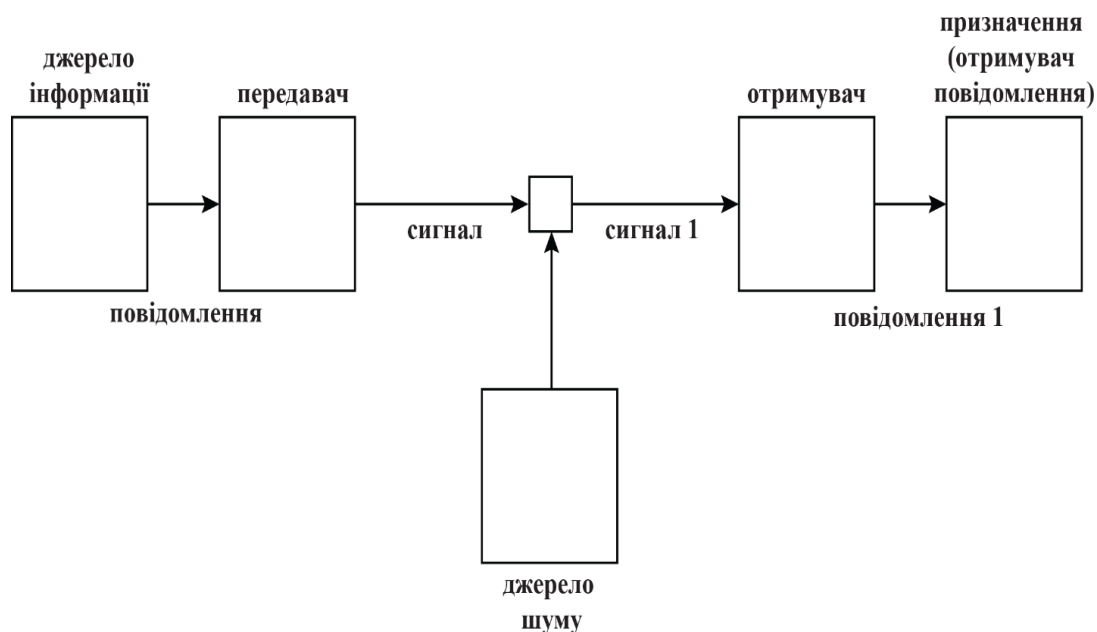
**Рис. 1. Модель комунікації Г. Лассуела (1948)**

Джерело: [7].

Виокремивши п'ять ключових елементів структури комунікації, Г. Лассуел описує рівні аналізу комунікації. Так, суб'єкту комунікації відповідає аналіз управління процесами комунікації шляхом вивчення соціальних практик і моделей поведінки комунікаторів (тих, хто говорить). Предмету комунікації (того, що говорять) відповідає аналіз змісту повідомлень, що транслюються, а також частотний аналіз інтенсивності

семантичних потоків (кількісний контент-аналіз). Спосіб транслювання повідомлень (як говорять?) відображений в аналізі засобів і каналів комунікації. Аналіз об'єкта комунікації передбачає аналіз її аудиторії. Таким чином, рівні аналізу комунікації, запропоновані Г. Лассуелом, покривають семантичну площину поняття і, на нашу думку, можуть бути застосовані до аналізу міжкультурної комунікації в умовах прикордоння.

**Модель Шенона-Уівера (1948).** Ця модель – результат роботи в рамках спільного проєкту математиків К. Шенона та У. Уівера, що виконувався на замовлення телекомунікаційної компанії та був спрямований на оптимізацію процесу трансляції повідомлень шляхом зниження індикаторів шуму й покращення якості зв'язку. Підсумки проєкту були викладені у формі концептуальних узагальнень у роботі, що побачила світ у 1948 р., – “Математична теорія комунікації” [8].



**Рис. 2. Модель комунікації Шенона-Уівера**

Джерело: [8].

Фактично модель Шенона-Уівера (рис. 2) є також лінійною моделлю за логікою розгортання, яка описує ряд функціональних складових (джерело повідомлення, саме повідомлення, передавач, сигнал, сигнал-1 (отриманий сигнал), отримувач, повідомлення-1 (прочитане повідомлення), призначення (отримувач повідомлення)) та один дисфункціональний (шум) елемент структури комунікативного процесу. Незважаючи на те, що проєкт Шенона-Уівера був спрямований на розв'язання проблеми якості зв'язку в технічних комунікаціях телефонного зв'язку, ідея “шумового фактора” як

чинника зміщення сенсу повідомлення та його впливу на кінцевий результат комунікації виявилася гносеологічно перспективною в соціальній сфері. Так, ідеї Шенона-Уївера набули особливої популярності й змістовного продовження в менеджменті та суміжних галузях управління й адміністрування персоналом. Головною перевагою цієї моделі є те, що вона описує механізм появи результативної відмінності в повідомленні, яка виникає під час його передавання від суб'єкта комунікації кінцевому отримувачу, спричиненої зовнішнім впливом (у випадку проєкту математиків – шумовими факторами телефонних ліній). Екстраполюючи цю ідею до реалій сучасності, можемо припустити, що “шумовий” фактор (наприклад, фейкова інформація, альтернативні меседжі тощо) не тільки не втратив своєї актуальності в сенсі пояснювального елементу теорії комунікації, а навпаки, його роль і значення суттєво зросли. Розуміння чинника “шуму” трансформувалося від просто фізичного фактора зміщення семантичної ефективності комунікації, який пояснювали у своїх роботах американські математики середини ХХ ст., до більш абстрактного фактора пояснення процесу комунікації та невід’ємного елементу її структури.

**Модель Т. Ньюкомба (1953).** Американський дослідник Т. Ньюкомб у роботі 1953 р. “Підхід до вивчення комунікативних актів” запропонував модель пояснення комунікації, яка увійшла в історію як модель Ньюкомба, або “система АВХ” (рис. 3).

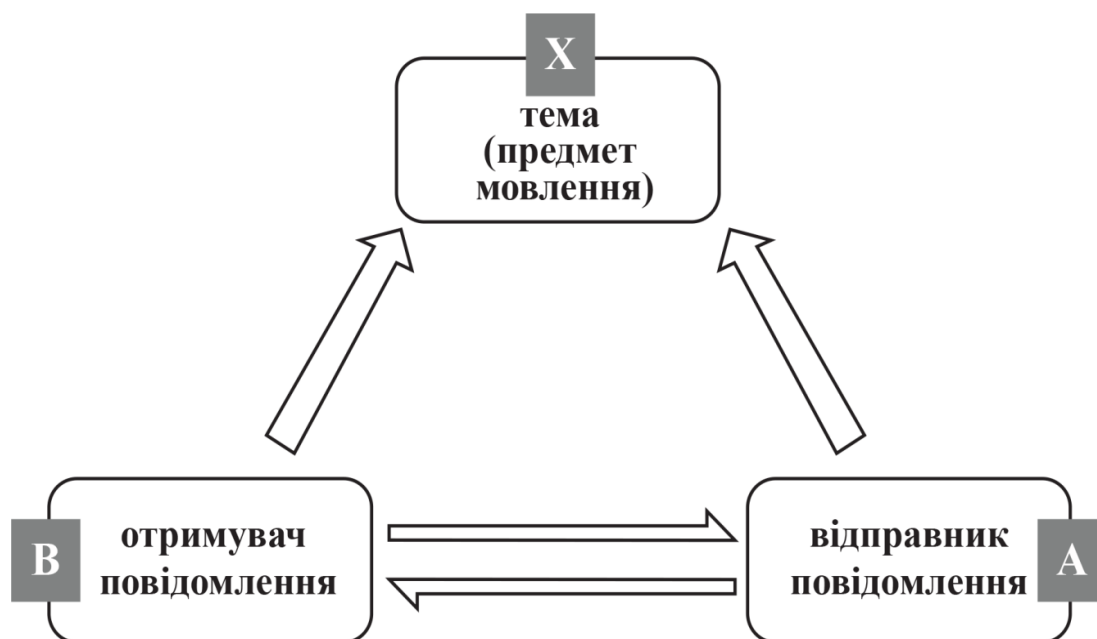


Рис. 3. Модель комунікації Т. Ньюкомба

Джерело: [9].

Модель комунікації Ньюкомба інтерпретує відносини між учасниками та об'єктом комунікації, описує вплив цих відносин на характер і результати комунікативного впливу. Ця модель має три складові елементи (А – відправник повідомлення; В – отримувач повідомлення; Х – тема (предмет мовлення)), що перебувають у системі взаємозалежних відносин і диспозицій.

Так, наголосивши на окремих обмеженнях та уточненнях (в сенсі необхідних передумов початку комунікативного процесу в системі АВХ: по-перше, між А і В має бути “взаємне тяжіння”; по-друге, Х повинен бути значущим для інших хоча б для одного учасника комунікативної тріади; по-третє, Х повинен володіти потенціалом загальної прийнятності для обох інших учасників комунікації), дослідник доводив, що роль комунікації полягає у забезпеченні стабільності та рівноваги соціальної системи шляхом досягнення семантичної симетрії в інструментах комунікативних практик із залученням емоційної оцінки та когнітивної обізнаності про об'єкт комунікації, таким чином заклавши фундамент інтеракціоністського підходу до пояснення комунікації.

**Модель Осгуда-Шрамма.** На зламі 50–60-х років ХХ ст. американські дослідники У. Шрамм та Ч. Осгуд запропонували циркуляційну модель пояснення комунікації як альтернативу лінійного трактування, що домінувало до тих пір (рис. 4). У. Шрамм вважав помилковим твердження про лінійність процесу комунікації, доводячи, що це циркуляційний, безперервний цикл отримання та відправлення інформації шляхом кодування, декодування та інтерпретації смислів. Саме тому автори зосередили свою увагу не на каналах комунікації (саме вони становили ключовий фокус дослідницької уваги попередньої моделі Шенона-Уівера), а на суб'єктах комунікації (відправник, отримувач повідомлення), таким чином переорієнтувавши фокус теоретизування з інструментально-технічного у феноменологічний. Ця модель акцентує на тому, що обидві сторони комунікації фактично здійснюють три процедури: кодування, декодування та інтерпретацію повідомлення [10]. Таким чином, процес комунікації фактично є циклічним, безперервним процесом трансформації значень у свідомості відправника та отримувача повідомлень. Модель Осгуда-Шрамма стала першою спробою запропонувати альтернативне (відносно лінійного) трактування моделі комунікації. І, як виявилось, ця спроба була навіть більш ніж успішною з позицій пояснювального потенціалу моделі, оскільки заклала передумови циркуляційного трактування комунікації.

Чимало дослідників переконані, що У. Шрамм зіграв ключову роль у процесі становлення студій комунікації на теренах США. Завдяки його дослідженням прискорився процес інституціалізації цих студій, відбулося формування низки академічних установ та організацій, діяльність яких була спрямована на дослідження феномену комунікації в сучасному світі.

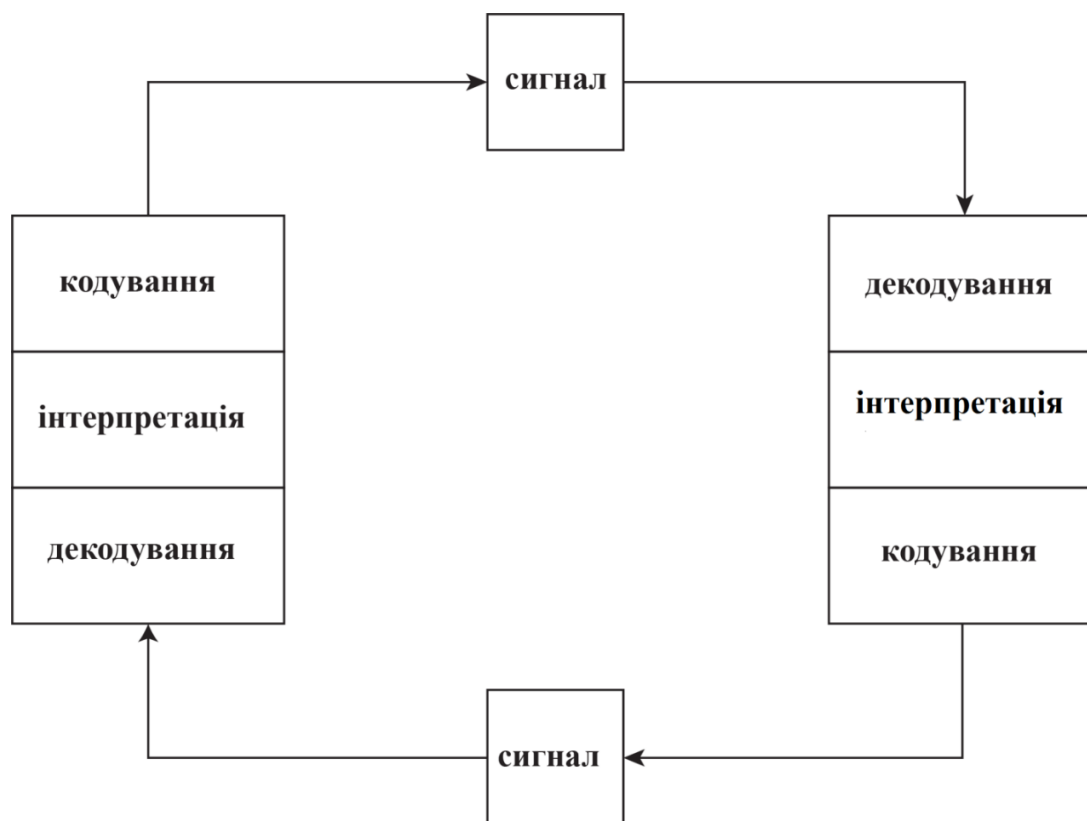


Рис. 4. Модель комунікації Осгуда-Шрамма

Джерело: [11].

**Модель Дж. Гербнера.** Американський дослідник Дж. Гербнер запропонував розширене трактування лінійної моделі Г. Лассуела, доповнивши її окремими елементами (рис. 5). Вербальний опис комунікаційної моделі Дж. Гербнера може бути представлений таким чином: 1) дехто; 2) сприймає подію; 3) і ... реагує; 4) в цій ситуації; 5) за допомогою деяких засобів; 6) для того, щоб створити досяжний для інших зміст; 7) у певній формі; 8) з урахуванням контексту; 9) і... передає повідомлення, а отже; 10) з деякими наслідками [11].

Будучи фактично лінійною моделлю комунікації, ця модель пояснює деякі елементи, які не були презентовані в моделі Г. Лассуела. Зокрема, автор додає до аналізу фактори ситуації та контексту, наголошуючи на їхній важливості для модельного пояснення семантичного простору комунікації. Зазначимо, що іманентна логіка моделі Дж. Гербнера принципово інша у порівнянні з логікою Г. Лассуела: в першому випадку суб'єкт комунікації реагує на подію, тоді як у другому випадку (в моделі Г. Лассуела) суб'єкт ініціює комунікацію, тобто є активним актором, на відміну від пасивного актора Дж. Гербнера. Таким чином, активістська позиція суб'єкта комуні-



кації принципово вирізняє підхід Г. Лассуела від підходу Дж. Гербнера, який розглядає семантичну площину як апіорно дану, натомість окремі групи чи індивіди пасивно залучаються до процесу комунікації тоді, коли вважають певну подію достатньо референтною, щоб приділити їй увагу.

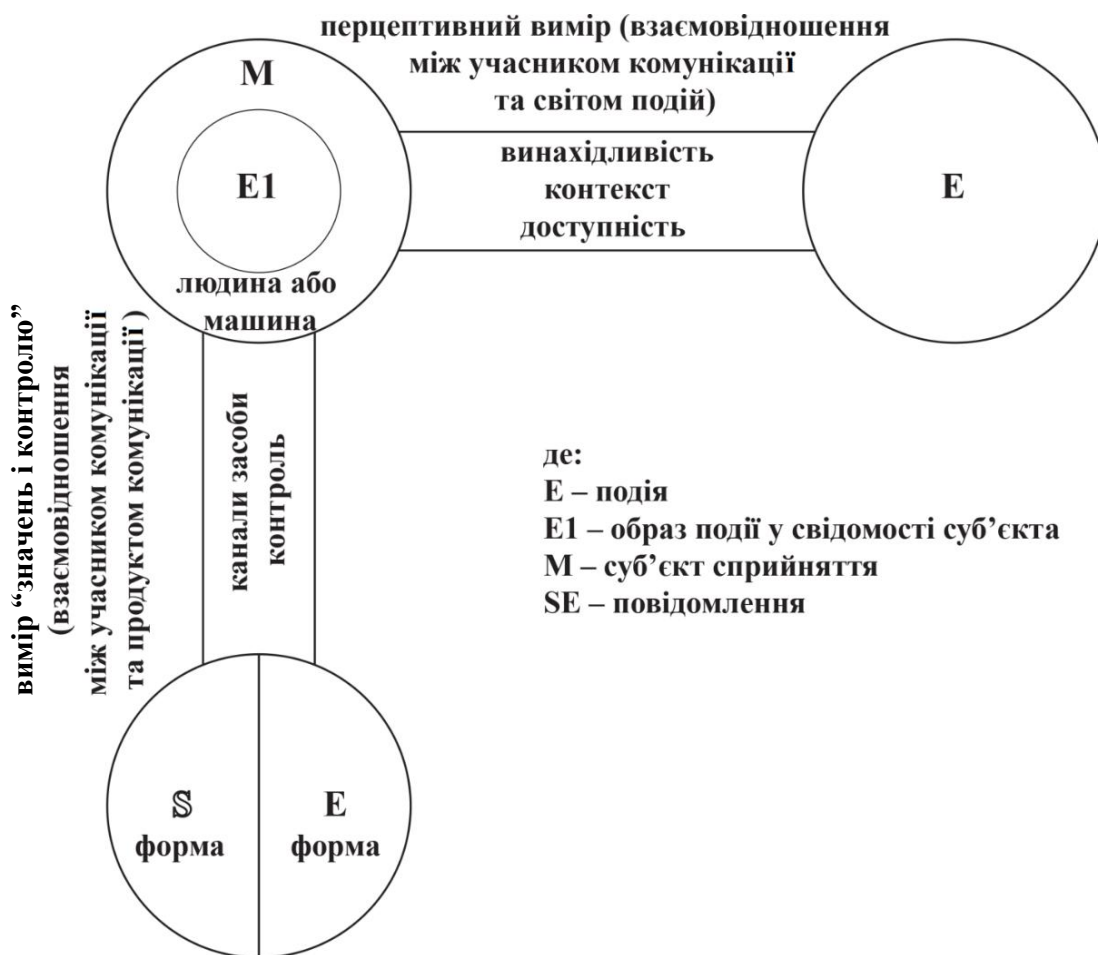


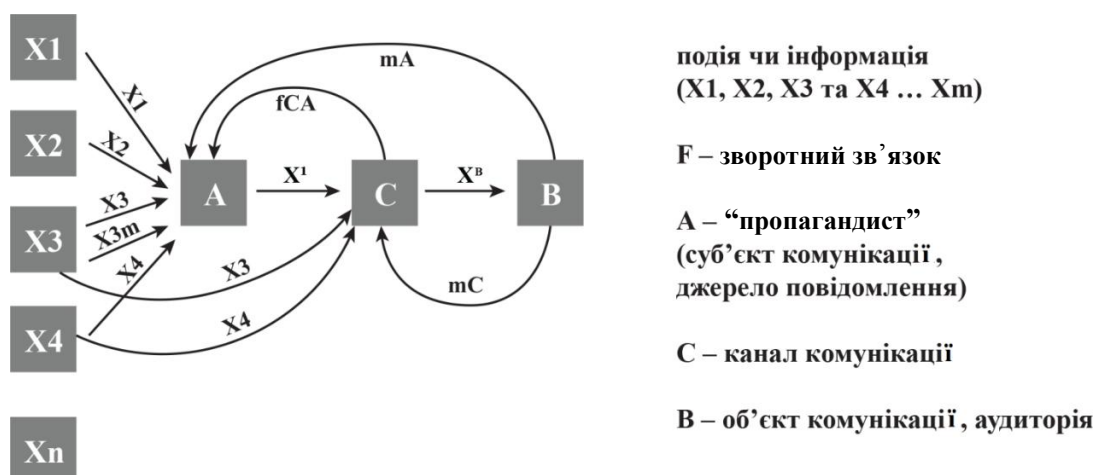
Рис. 5. Модель комунікації Дж. Гербнера

Джерело: [11].

**Модель Вестлі-Маклейна (1957).** Ця модель (рис. 6) опублікована дослідниками у 1957 р. і пояснює механізми комунікації на мікро-, мезо- та макрорівнях, в чому й полягає її принципова перевага порівняно з іншими моделями, які ми розглядали. Зокрема, вона спроможна пояснити комунікативну поведінку індивіда, міжіндивідуальну комунікацію, а також масову комунікацію та комунікацію зворотного зв'язку. Принциповою відмінністю від моделі Т. Ньюкомба та низки інших є те, що тут вперше

з'являється ідея деперсоніфікованої комунікації вже на її початковому етапі [12, с. 34], а також трактування комунікації як структури та процесу.

Концептуально модель комунікації Вестлі-Маклейна розкриває як міжособистісний, так і масовий рівні комунікації, є спробою авторів систематизувати вже напрацьовані попередниками результати комунікаційних студій і сформувані достатньо зрозумілі алгоритми пояснення феномену масової комунікації.



**Рис. 6. Модель комунікації Вестлі-Маклейна**

Джерело: [12; 13].

Структурно модель комунікації Вестлі-Маклейна містить такі головні елементи: подія чи інформація (X1, X2, X3 та X4 ... Xn); A – суб'єкт комунікації, джерело повідомлення, або ж (мовою оригіналу) “пропагандист” (advocate – англ.); B – об'єкт комунікації, аудиторія; C – канал комунікації; F – зворотний зв'язок.

Структурні компоненти моделі комунікації Вестлі-Маклейна описані авторами дещо глибше і складніше, тоді як застосована нами схема передає дещо спрощене розуміння моделі. Так, у праці авторів моделі знаходимо її трактування, в якому йдеться не про п'ять, а про більшу кількість елементів, так само, як і специфічним чином розставлені семантичні наголоси самих значень певних структурних елементів моделі. Зокрема, по-перше, “A” – “пропагандист”, або у дослівному перекладі “адвокатські ролі” (мовою оригіналу – “Advocacy roles” (англ.)). Автори зазначають, що цей елемент моделі зазвичай в інших теоріях позначають поняттям “комунікатор”, однак у їхньому трактуванні мається на увазі дещо ширше значення: “особистість чи соціальна система, яка цілеспрямовано залучена до процесу відбору та передавання повідомлень” [12, с. 38]. По-друге, “B” – об'єкт комунікації, аудиторія, дослівно – “ролі поведінкової системи” (мовою оригіналу – Behavioral system roles (англ.)). Автори моделі наголошують, що цей концепт моделі позначає те, що зазвичай в інших моделях називається поняттями “отримувач”, “аудиторія”, тобто це “особистість чи соціальна сис-

тема, яка потребує та використовує комунікації про стан свого середовища для задоволення своїх потреб і вирішення проблем” [12, с. 38]. Цей компонент моделі позначає як окремих індивідів, так і групи, і навіть соціальні системи, що характеризуються потребою в отриманні певної інформації. По-третє, “С” – канали комунікації (мовою оригіналу – Channel roles (англ.)). По-четверте, “Х” – сукупність об’єктів і подій. При цьому в моделі Вестлі-Маклейна ця сукупність має специфікацію щодо комунікаційних зв’язків і характеру повідомлень. Так, уточнюють автори моделі, “Х1 – це ті об’єкти та події, які абстраговані у формі “повідомлення”, придатного для передавання інформації про Хs і відношення між А-Х (переконання, до прикладу). По-п’яте, канали – “засоби, за допомогою яких Х переміщуються за допомогою А та (або) С до В. Канали містять “ворота”, якими керують ті, які різними способами змінюють повідомлення” [12, с. 38]. По-шосте, кодування – процес, за допомогою якого А і С перетворюють Х у нове значення, тоді як розшифрування – це процес, за допомогою якого В інтеріоризує повідомлення. І насамкінець, по-сьоме, зворотний зв’язок – метод, спосіб отримання А і С інформації про вплив повідомлень на В.

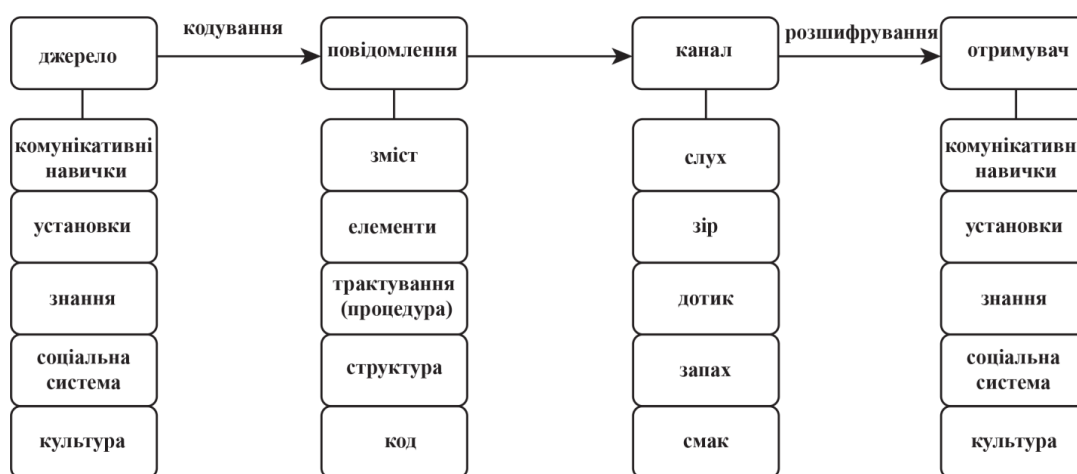
Дійсно, ця модель успішно генералізує напрацювання попередників комунікаційних студій і закладає передумови комплексного пояснення феномену. Самі ж автори в прикінцевих зауваженнях публікації погодилися, що чи не найбільший вплив на їхнє бачення моделі комунікації спричинили погляди Г. Лассуела, відмічаючи суттєвий внесок у розвиток теорій комунікації математиків та інших авторів, які описували проблематику раніше [12, с. 37].

**Модель Д. Берло (“Стенфордська модель комунікації”, або модель “SMCR”).** Американець Д. Берло у 1960 р. запропонував модель пояснення комунікації, принциповими елементами якої є чотири складові: джерело, повідомлення, канал, отримувач (рис. 7). Кожен із цих елементів специфікується на окремі рубрики, разом формуючи модель “SMCR”, аббревіатура якої складається з початкових літер елементів моделі в англійському варіанті. За логікою розгортання це лінійна модель комунікації, що описує семантичний рух повідомлення від джерела повідомлення до отримувача (з підвидами кожного етапу) шляхом кодування та декодування значення. Додамо, що сам автор моделі вважав свій концепт спробою переосмислення та доповнення лінійної моделі комунікації Шенона-Уівера.

Відправною точкою розгортання моделі комунікації Д. Берло є джерело повідомлення, структурна конфігурація якого, на думку дослідника, аналогічна структурі отримувача повідомлення: комунікативні навички, установки, знання, соціальна система та культура. Зв’язок джерела повідомлення та самого повідомлення (другого елемента моделі) відбувається шляхом кодування, а зв’язок між каналом (третьім елементом моделі) та отримувачем здійснюється шляхом декодування. Структурна конфігурація повідомлення передбачає зміст, елементи повідомлення, звернення, його структуру та код. А от канал комунікації Д. Берло специфікує, використовуючи форми відчуття: слух, зір, дотик, запах і смак.

Джерелом повідомлення, на думку Д. Берло, може бути будь-який суб’єкт генерування сенсів, тобто не тільки людина. Комунікативні навички суттєво визначають

ефективність комунікації, тоді як установки можуть спричиняти зміщення значення повідомлень. Знання щодо предмета повідомлення в обох сторін комунікації підвищують ефективність сприйняття, тоді як елементи соціальної системи (до них Д. Берло відносить, зокрема, цінності, переконання, правила, закони та інші форми регулювання соціальної поведінки, в тому числі й релігію, трактуючи їх у сенсі факторів комунікації) визначають, детермінують спосіб, у який комунікується повідомлення. До елементів соціальної системи, крім згаданих, Д. Берло відносить також комунікативний простір (місце) та комунікативний контекст (ситуацію). Саме елементи соціальної системи зумовлюють відмінність способу генерування повідомлення.



**Рис. 7. Модель комунікації Д. Берло**  
 (“Стенфордська модель комунікації”, або модель “SMCR”)

Джерело: [14].

Щодо культури як структурного елементу конфігурації відправника та отримувача повідомлень, то автор розглядає її як сукупність елементів системи, тобто зміщує семантичну вісь визначення поняття на макрорівень аналізу. Особливу увагу Д. Берло приділяє поняттю “культурні відмінності”, які, на думку дослідника, й зумовлюють відмінність самих повідомлень. Скажімо, те, що прийнятне в межах однієї культури, може бути цілком неприйнятним чи навіть образливим у межах іншої культури, і саме тут культура проявляється не як сукупність таких сталих елементів, як цінності, переконання, уявлення тощо, а як системний феномен макрорівня соціальної системи. На думку Д. Берло, інакшість як онтологічна риса культури та іншування як спосіб її аперцепції у свідомості носіїв однієї культури представниками іншої культури є її принциповими дескрипторами та системністю.

Конфігурація отримувача повідомлення в моделі Д. Берло є ідентичною конфігурації відправника. Дослідник вважав, що отримувачем може бути лише носій свідомості, тобто людина, на відміну від відправника, яким, на думку автора, може бути

будь-який суб'єкт, спроможний генерувати значення. Іншою принциповою рисою отримувача є умова належних якостей сприйняття, так зване “вміння слухати”, адже отримувач сприймає те повідомлення, яке хоче та може почути. Фактично тут автор говорить про передумови аперцепції та “бажання” почути умовного співрозмовника, інакше “сигнал” відправника не знайде адресата. Отже, можна припустити, що в моделі Д. Берло роль отримувача повідомлення є більш значущою, порівняно з роллю відправника з позицій результативності комунікації. Таким чином, будь-який суб'єкт (як людина, так і система) спроможний генералізувати та відправити повідомлення, проте прийняти повідомлення спроможний тільки носій свідомості, іманентно налаштований “почути”.

Семантична одиниця, що посилається відправником отримувачу у формі голосового, відео-, аудіо-, текстового повідомлення, – черговий елемент моделі комунікації Д. Берло. До структури повідомлення дослідник залучає, крім вербальних, елементи невербальної комунікації (жести, міміку тощо).

Канали комунікації, на думку Д. Берло, – це, насамперед, органи відчуття, а у масовій комунікації це і, наприклад, телефонні лінії або мережа інтернет.

Аналізу цієї моделі ми присвятили дещо більше уваги, ніж іншим. На нашу думку, вона може бути гносеологічно перспективним методологічним інструментом пояснення міжкультурної комунікації на теренах прикордоння. Адже ця модель актуалізує проблематику культури та її ролі, пояснює місце та значення установок у процесах комунікації, розглядає роль цінностей, переконань, уявлень у цих процесах, що є особливо значущим, коли йдеться про міжкультурну комунікацію прикордоння. Саме в рамках моделі “SMCR” чи не вперше бачимо увагу до культури та її елементів як принципового складника пояснення комунікації, в чому й полягає особливий інтерес до цієї моделі в межах нашого дослідження.

Водночас критики моделі зазначають такі обмеження моделі Д. Берло: по-перше, модель “SMCR” не дозволяє розглянути ефект комунікації у повному розумінні, оскільки виключає зворотний зв'язок; по-друге, автор не звертається до концепту “шуму” чи інших бар'єрів комунікації; по-третє, будучи лінійною моделлю комунікації, охарактеризована нами модель не акцентує на зворотний і двосторонній комунікації; по-четверте, відправник та отримувач повідомлень повинні бути гранично подібними, інші можливі умови комунікації модель не враховує [14]. На нашу думку, Д. Берло недостатньо чітко окреслює, який саме різновид комунікації покликана пояснювати запропонована ним модель: індивідуальний чи масовий. З окремими обмеженнями можна припустити, що ця модель описує і міжіндивідуальну, і масову комунікацію, проте в такому випадку принципових уточнень вимагатиме елемент каналів комунікації.

**Модель М. де Флера.** У 1970 р. американський професор у галузі соціальної психології та медіакомунікації Ме. Лоуренс де Флер разом з експертом у галузі масових комунікацій дослідницею С. Балл-Рокіч опублікували працю “Теорії масових комунікацій” [15], яка набула чималого поширення як настільна книга інтерпретації феномену масових комунікацій як на теренах США, так і в інших країнах світу.

Модель М. де Флера є спробою переосмислення лінійної моделі Шенона-Уівера з урахуванням концепту зворотного зв'язку, з одного боку, та циркуляційної моделі комунікації Вестлі-Маклейна – з іншого. Особливу роль у моделі М. де Флера відіграє концепт шуму, що, на думку автора моделі, може виникати на будь-яких етапах комунікаційного процесу, який є двостороннім, циклічним (рис. 8).

Елементами моделі комунікації М. де Флера є: джерело повідомлення, відправник, канал комунікації, отримувач і пункт призначення (ціль).

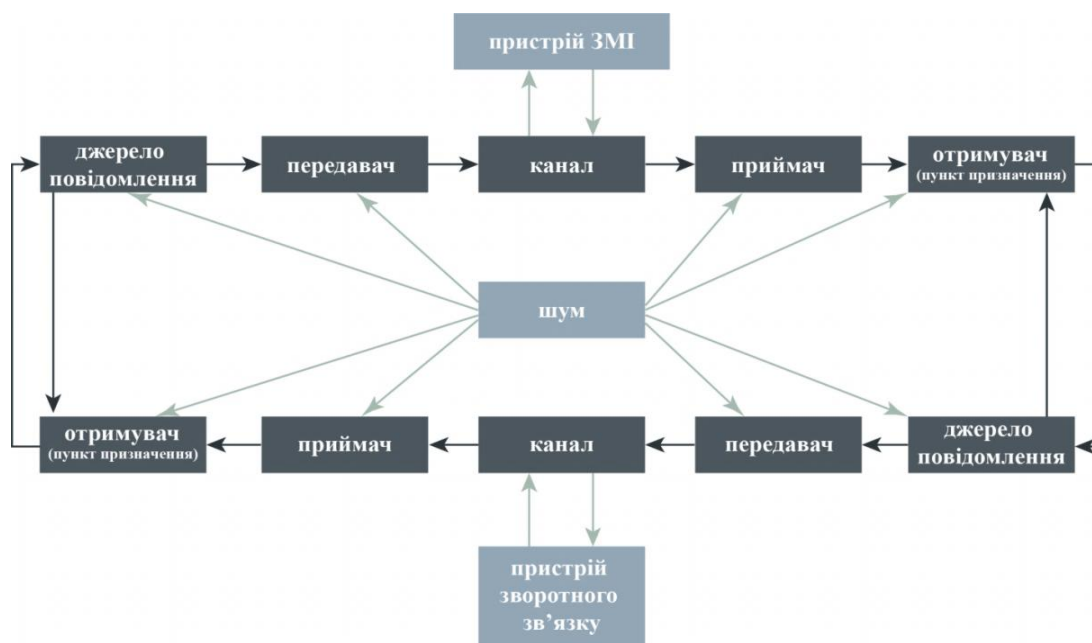


Рис. 8. Модель комунікації М. де Флера

Джерело: [15; 16; 17].

У цій моделі отримувач повідомлення є водночас і відправником, оскільки він генерує та посилає повідомлення зворотного зв'язку, а концепт шуму автор розміщує в центрі комунікаційного циклу, тому що він може виникати на будь-якому етапі комунікації, а отже, стосується всіх без винятку елементів моделі. Таким чином, у цій моделі як відправник, так і отримувач повідомлення є цільовою аудиторією комунікації, виконуючи роль як об'єкта, так і суб'єкта комунікації.

Доповнивши модель Шенона-Уівера концептом зворотного зв'язку та реорганізувавши модель із лінійної у циклічну, М. де Флер фактично створив модель, яка з високою мірою успішності пояснює феномен комунікації в сучасному світі. Її часто застосовують маркетингологи та медіаспеціалісти, плануючи стратегічне й тактичне просування товарів чи послуг на ринку. Крім того, це перша модель, яка вводить в обіг пояснення не просто концепт зворотного зв'язку, а саме концепт двостороннього зворотного зв'язку, таким чином, максимально наближає структуру моделі до реального стану справ у царині новітніх, особливо цифрових, комунікацій

(канал зворотного зв'язку фактично реплікує шлях повідомлення, в тому числі й враховує фактор шуму).

**Модель Г. Маліцке.** Польський за походженням науковець Г. Маліцке, професійна біографія якого пов'язана з університетами Німеччини та інших країн, у 1963 р. публікує працю “Психологія масової комунікації” [18], в якій пропонує науковому співтовариству власне розуміння моделі комунікації. Хоча ця книга була опублікована на сім років раніше презентованої нами роботи М. де Флера, ми, вважаючи модель Г. Маліцке епістемологічною квінтесенцією студій комунікації щодо двох факторів пояснення. По-перше, ця модель підводить підсумок широким міждисциплінарним студіям комунікації, пропонуючи дієві інструменти прогнозування, а отже, управління комунікацією; по-друге, дещо згодом (у 1996 р.) автор публікує ще одну книгу, принципово значущу з точки зору нашого дослідження – “Міжкультурна комунікація: взаємодія між людьми різних культур” [19], яка, на думку фахівців з аналізу комунікації, є першим німецькомовним посібником з цієї проблематики [20, с. 55]. Ще пізніше, в 1997 р., ця праця німецького дослідника стала основою відповідного навчального курсу в Мюнхенському технологічному університеті, що було суттєвою інновацією, оскільки ця проблематика в такому ракурсі раніше практично не студіювалася в університетських колах [20, с. 55].

Покладаючи в основу чотири традиційні елементи моделі комунікації (1 – комунікатор (відправник, джерело), 2 – повідомлення, 3 – спосіб поширення повідомлення (канал комунікації, у виводженій термінології Г. Маліцке – “посередник”), 4 – отримувач (адресат)), які були представлені в аналізованих моделях, Г. Маліцке долучає до своєї моделі комунікації індикатори, що, на його думку, суттєво впливають на процес комунікації (рис. 9). І, як виявилось згодом, цей крок дослідника гносеологічно був цілком перспективним. Саме додані Г. Маліцке показники з часом виявилися епістемологічно результативними в численних емпіричних проектах прикладного характеру, дозволивши з високою долею імовірності прогнозувати комунікаційні ефекти, а отже, управляти ними.

Що ж це за індикатори? Психолог Г. Маліцке розвертає епістемологічну площину теоретизувань щодо моделей комунікації в глибоко особистісну, індивідуальну площину. На його думку, для ефективного пояснення структури комунікації необхідно звернути увагу на специфічні параметри відправника повідомлення (джерела). З огляду на перелік, ці параметри є особистісними, проявляючись на індивідуальному рівні життєдіяльності. Параметрами відправника, що зумовлюють характер і зміст процесу комунікації є: самосприйняття, структура особистості, команда (оточення) й організаційні зв'язки, соціальне середовище, тиск та обмеження, що спричинені публічним характером медіаконтенту. Натомість вагомими параметрами отримувача, що зумовлюють зміст і характер комунікації, на думку Г. Маліцке, є самосприйняття, структура особистості отримувача повідомлення, приналежність до певної аудиторії та соціальне оточення. Таким чином, враховуючи специфікацію прикметних ознак відправника та отримувача повідомлення, Г. Маліцке виводить чотири нові лінії зв'язку в процесах комунікації, які пояснюють характер взаємодії: тиск і обмеження посередника; уяв-

лення відправника повідомлення про отримувача; уявлення отримувача повідомлення про відправника; а також спонтанний зворотний зв'язок від отримувача повідомлення.

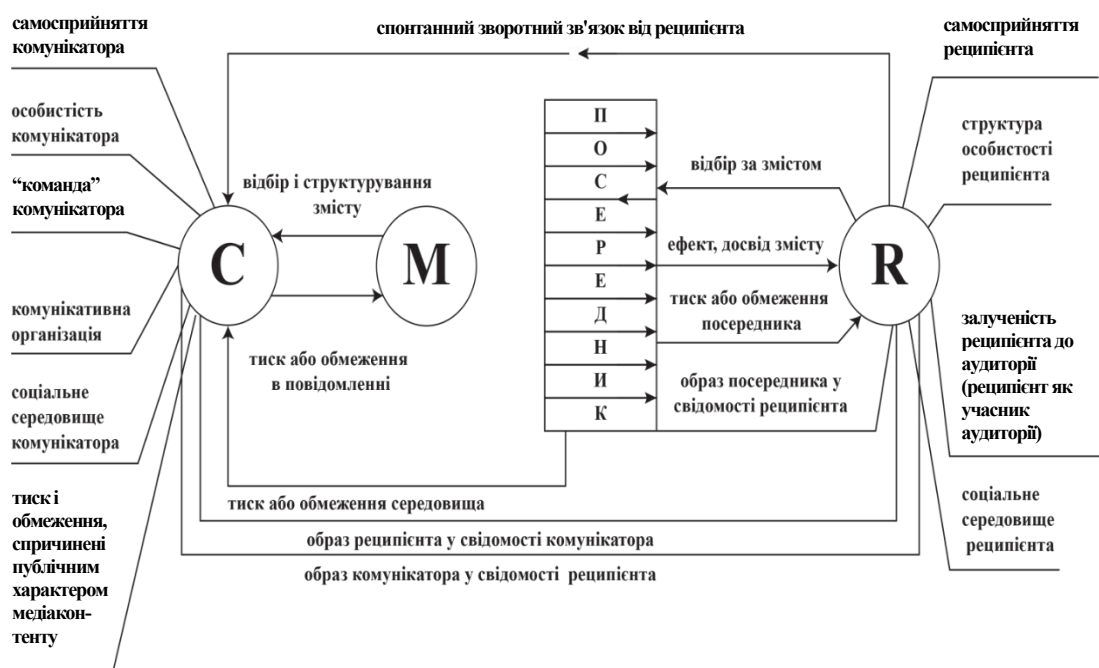


Рис. 9. Модель комунікації Г. Маліцке

Джерело: [21; 22].

Крім того, варто наголосити на принципово новаторському трактуванні каналу комунікації в моделі Г. Маліцке щодо посередника, а не просто ретранслятора повідомлень, як, наприклад, йшлося в моделі комунікації Шенона-Уівера. Структурна кон'юнктура посередника комунікації передбачає, на думку Г. Маліцке, чотири елементи: 1 – тиск, або примус самого посередника на характер і зміст повідомлень; 2 – ефект, або набуття нового досвіду, що міститься в повідомленні та векторно спрямований на адресата, отримувача повідомлення; 3 – селекція змісту повідомлення, що здійснюється отримувачем, адресатом повідомлення; 4 – образ посередника, каналу комунікації у свідомості отримувача, адресата. Жодна модель комунікації, що передувала моделі комунікації Г. Маліцке, не розглядала настільки персоніфіковано та структурно концепт каналу комунікації. Саме тому ми спостерігаємо семантичну трансформацію поняття в напрямі “посередника”, оскільки в моделі Г. Маліцке бачимо чіткі передумови розуміння того, що людина, носій свідомості цілком може бути і, можливо, першочергово є таким каналом комунікації.

Як зазначає російський маркетолог-практик А. Мінін, “Г. Маліцке був першим, хто запровадив до звичної системи комунікації такі елементи, як “тиск” і “примус”, поставивши на перше місце спосіб поширення інформації та характер взаємодії чотирьох елементів моделі” [22]. Дійсно, зміщення фокуса аналізу із складових моделі



(елементів) за лінією характеру взаємодії дозволило Г. Маліцке, по-перше, звернути увагу на специфічні, глибоко особистісні, індивідуальні риси відправника та отримувача повідомлень як детермінант процесу комунікації. По-друге, погляд на комунікацію як на взаємодію (процес), а не структуру, зробив конструкцію моделі більш адаптивною до умов сучасності, чим і пояснюється її широка популярність у практиків медійної сфери, з одного боку, та науковців – з іншого.

Отже, можна припустити, що теоретизування на предмет моделей комунікації плавно трансформувалося від технократичного до інтеракціоністського розуміння, щоразу узагальнюючи, генералізуючи позитивні здобутки минулого та намагаючись пояснити нові, неочікувані з точки зору попередніх моделей витки розвитку індустрії інформаційних технологій. В окремих випадках ідеї науковців виявлялися далеко попереду свого часу в сенсі пояснювального потенціалу запропонованої теорії. Підсумовуючи виклад моделей наукового пояснення комунікації, можна дійти висновку про два підходи до її трактування: структурний і процесуальний. Структурні моделі зосереджені на аналізі складових елементів комунікації, тоді як процесуальні моделі акцентують на динаміці комунікації та процесах трансформації смислів, що мають місце в рамках таких процесів. При цьому дихотомія процесуальної чи структурної природи феномену комунікації, скоріше, виконує роль методологічного інструменту її пояснення з різних точок зору, проте навряд відображає іманентну природу явищ комунікації, які є процесуальними та структурними одночасно.

Розгляд показаних моделей комунікації дозволив нам з'ясувати, які з них спроможні пояснити особливості міжкультурної комунікації підліткової молоді в умовах прикордоння, чи володіють вони достатнім для цього методологічним потенціалом. Відповідаючи на ці запитання, ми дійшли таких висновків:

– модель Г. Лассуела як універсальна теоретична модель, може пояснювати процеси комунікації як всередині молодіжних груп, так і поміж ними, в тому числі на рівні міжкультурної комунікації. Водночас, будучи лінійною, ця та інші аналогічні їй моделі спроможні пояснювати комунікацію, що здійснюється за допомогою традиційних каналів обміну інформацією, тоді як для новітніх інформаційних мереж, заснованих на інтернеті, більшим пояснювальним потенціалом володіють циклічні моделі;

– модель Шенона-Уівера при її застосуванні до аналізу міжкультурної комунікації молоді прикордоння також пояснюватиме, скоріше, традиційні види комунікації. Проте цікавим є запроваджений автором концепт шумового чинника як фактора зміщення семантичного ефекту комунікацій. У контексті дослідження міжкультурної комунікації молоді цей фактор є особливо значущим, адже у цьому випадку фактором зміщення, тобто фактором шуму, можуть бути як зовнішні чинники соціокультурного середовища (стереотипні уявлення, установки, традиції тощо), так і внутрішні особливості світосприйняття суб'єкта комунікації (світогляд, переконання, цінності тощо), які здатні трансформувати змістовний вимір предмета комунікації;

– модель комунікації Т. Ньюкомба, є чи не першою моделлю, що пояснює процеси інформаційного обміну з точки зору інтеракціоністського підходу, та, на наш погляд, більш придатною для пояснення комунікації молодіжних спільнот на прикордонні. Адже ця модель акцентує на таких факторах, як визнання, прийняття та особливо

схвалення успіху в молодіжному середовищі. Згадаємо, що в межах сучасних каналів комунікації, зокрема в мережі Інтернет, спостерігається змагання за отримання якомога більшої кількості позитивних відгуків про авторський контент. Саме в моделі Т. Ньюкомба вперше “винесено” за дужки предмет мовлення, а структура комунікації починає наближатися до замкнутого, процесуального циклу;

– модель комунікацій Осгуда-Шрамма є першою циклічною моделлю комунікації, що робить наголос на процесуальному трактуванні досліджуваного нами феномену. У межах аналізу міжкультурної комунікації підліткової молоді прикордоння ця модель, крім власне циклічного бачення комунікації, є лише частково гносеологічно перспективною, оскільки не враховує фактори шуму, що сьогодні знаходить своє пояснення в концепті “зворотного зв’язку”, надзвичайно значущого для аналізу процесів спілкування молоді, особливо в соціальних мережах. Проте варто наголосити, що саме модель комунікації Осгуда-Шрамма зіграла головну роль, стала точкою незворотної трансформації лінійного, структурного бачення комунікації у її циклічне, процесуальне пояснення;

– модель комунікацій Дж. Гербнера є особливо значущою для студій міжкультурної комунікації молоді прикордоння, оскільки аналізує фактори ситуації та контексту, що є вагомими чинниками взаємодії в молодіжних спільнотах. Іншим гносеологічно важливим для нас аспектом запропонованої Дж. Гербнером моделі є перенесення джерела активності в процесі комунікації із суб’єкта мовлення на реципієнта, який і приймає рішення про те, яка подія варта уваги та комунікативної дії, взаємодії, а яка залишиться поза увагою;

– модель Вестлі-Маклейна зорієнтована, скоріше, на пояснення феномену масової комунікації, у контексті аналізу практик міжкультурної комунікації молоді прикордоння може бути застосована в тих випадках, коли досліджуються процеси та явища макросоціального та мегасоціального (глобального) рівня організації суспільної системи;

– “Стендфордська модель комунікації” Д. Берло, яка є лінійною за логікою розгортання, для студій міжкультурної комунікації молоді прикордоння цікава, скоріше, з точки зору більш глибокого аналізу структури сприйняття повідомлень відправником та отримувачем. Водночас саме ця модель акцентує на значущості факторів культури в процесах комунікації, аналізує такі елементи культури, як цінності, переконання, уявлення тощо. Проте відсутність у її структурі фактора зворотного зв’язку є принциповим недоліком, оскільки саме цей чинник є чи не найбільш значущим індикатором успішності комунікації для сучасної молоді;

– модель М. де Флера, яка являє собою спробу поєднання лінійного трактування комунікації, концепту зворотного зв’язку та концепту шуму, а також циркуляційного трактування комунікації, становить гносеологічно перспективний теоретичний конструкт та є, на нашу думку, найпридатнішою для пояснення практик міжкультурної комунікації молоді прикордоння;

– модель Г. Маліцке, яка, попри те, що є моделлю пояснення масових комунікацій, достатньо глибоко аналізує індивідуальну площину комунікативної взаємодії. Водночас ця модель враховує фактори зовнішнього середовища комунікацій, що функціо-

нально виконують роль фільтрів, своєрідного “сита” для поширення (непоширення) певних повідомлень, концептуалізуючи їх у рамках поняття “тиск”. Присутність у моделі Г. Маліцке концептів “зворотний зв'язок” та “посередник” робить цю модель, як і модель М. де Флера, досить ефективним пояснювальним інструментом для соціологічного аналізу комунікації молодіжних спільнот.

Отже, підсумовуючи результати аналізу моделей комунікації з точки зору можливості їх застосування в межах студій міжкультурної комунікації молоді прикордоння, наголосимо, що їх роль як пояснювального інструменту зумовлена, насамперед, спроможністю ефективно концептуалізувати значущі для молоді аспекти комунікацій. Зокрема, це канали комунікації, її ефекти (результативність, успішність) та завдання. З огляду на це, доходимо висновку про поділ розглянутих моделей на дві групи. До першої групи належать ті моделі, які пропонують епістемологічно перспективні пояснення лише окремих аспектів чи елементів комунікації, а отже, вони можуть бути застосовані до аналізу досліджуваної нами проблеми з певними обмеженнями. Це моделі Г. Лассуела, Шенона-Уівера, Т. Ньюкомба, Осгуда-Шрамма, Дж. Гербнера, Вестлі-Маклейна та Д. Берло. До другої групи ми віднесли ті моделі, які володіють найбільшим евристичним потенціалом для пояснення цілісної картини процесу комунікативної взаємодії молоді в умовах прикордоння. На наше переконання, це моделі М. де Флера та Г. Маліцке, які й були застосовані нами в межах емпіричного дослідження.

У подальших публікаціях ми зосередимо увагу на тому, наскільки отримані нами емпіричні дані щодо практик міжкультурної комунікації підліткової молоді прикордоння відповідають цим теоретичним моделям.

#### Список використаних джерел

1. Maksymovych O.V. Value Orientations and Social Status Aspirations of Frontier Teenagers in Eastern and Central Europe in terms of Economic Strategy of Carpathian Euroregion Development. *Contemporary Socio-Economic Issues of Polish-Ukrainian Cross-Border Cooperation: Abstracts*. Warsaw: Center of European Project, 2017. P. 59–60.
2. Maksymovych O.V. Value Orientations and Social Status Aspirations of Frontier Teenagers in Eastern and Central Europe. *Warsaw East European Review*. VIII. Warsaw, 2018. P. 219–237.
3. Максимович О.В. Ідентичності підліткової молоді Прикарпаття в контексті міжкультурних комунікацій прикордоння Східної та Центральної Європи (за результатами опитування учнів випускних класів закладів загальної та середньої освіти). *Габітус*. 2018. Вип. 7. С. 54–59. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2018/7-2018/12.pdf>
4. Сокурянська Л.Г., Максимович О.В. Міжкультурна комунікація як фактор формування ціннісних орієнтацій підліткової молоді прикордоння Східної та Центральної Європи (за результатами міжнародного дослідження). *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VII (32), I:192, Budapest, 2019. С. 99–104. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-23>
5. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ: Довіра, 2007. 205 с.
6. Почепцов Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-бук, 2001. 656 с.
7. Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society. URL: <http://marketing-course.ru/wp-content/uploads/2018/11/Lasswell.pdf>
8. Shannon C.E. A Mathematical Theory of Communication. *Reprinted with corrections from The Bell System Technical Journal*. 1948. Vol. 27. P. 379–423, 623–656. <https://doi.org/10.1002/j.1538-7305.1948.tb00917.x>

9. Newcomb T.M. An Approach to the Study of Communicative Acts. *Psychological Review*. 1953. Vol. 60 (6). P. 393–404. <https://doi.org/10.1037/h0063098>
10. Schramm W. The Nature of Communication between Humans. URL: <http://marketing-course.ru/wp-content/uploads/2018/11/schramm.pdf>
11. Gerbner's General Model. *Communication Theory*. URL: <https://www.communicationtheory.org/gerbners-general-model/>
12. Westley Bruce H., MacLEAN Malcolm J.R. A Conceptual Model for Communications Research. <https://doi.org/10.1177/107769905703400103>
13. Arniel Ping. Introduction to Media and Information Literacy (Part 1). Communication, Communication Models, Media Literacy, Information Literacy, Technology (Digital) Literacy, and MIL, 2016. URL: <https://www.slideshare.net/arnielping/media-and-information-literacy-communication>
14. Berlo's SMCR Model of Communication. *Businessstopia*, 2018. URL: <https://www.businessstopia.net/communication/berlo-model-communication>
15. Melvin L. De Fleur, Sandra Ball-Rokeach. *Theories of Mass Communication*: 2nd ed. New York: McKay, 1970. 185 p.
16. Dr. Melvin L. De Fleur Distinguished Lectures Series. URL: <http://sites.bu.edu/crc/crc-lecture-series/>
17. De Fleur Model of Communication. *Businessstopia*, 2018. URL: <https://www.businessstopia.net/communication/de-fleur-model-communication>
18. Maletzke G. *Psychologie der Massen Kommunikation: Theorie und Systematik* Hamburg: Verlag Hans Bredow-Institut, 1963. 311 s.
19. Maletzke G. *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH, 1996. 226 s. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80350-4>
20. Корнева Л.И. Межкультурная компетенция как условие успешной профессиональной деятельности российских менеджеров. *Вестник УГТУ-УПИ*. 2004. № 10. С. 54–61. URL: [http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54658/1/vestnik\\_2004\\_5\\_007.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54658/1/vestnik_2004_5_007.pdf)
21. Fawkes J. Public relations models and persuasion ethics: A new approach. *Journal of Communication Management*. 2007. P. 313–331. <https://doi.org/10.1108/13632540710843922>
22. Минин А. Модель коммуникации Малецке. URL: <http://marketing-course.ru/maletzke-model/>

Отримано 10.03.20

#### References

1. Maksymovych, O.V. (2017). Value Orientations and Social Status Aspirations of Frontier Teenagers in Eastern and Central Europe in terms of Economic Strategy of Carpathian Euroregion Development. In *Contemporary Socio-Economic Issues of Polish-Ukrainian Cross-Border Cooperation: Abstracts* (pp. 59-60). Warsaw: Center of European Project.
2. Maksymovych, O.V. (2018). Value Orientations and Social Status Aspirations of Frontier Teenagers in Eastern and Central Europe. *Warsaw East European Review*, VIII, 219-237.
3. Maksymovych, O.V. (2018). Identities of Adolescents of the Precarpathian Region in terms of Cross-Cultural Communication of Borderland Area of Central and Eastern Europe (based on the Survey of Students of General Secondary Educational Institutions). *Habitus*, 7, 54-59. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2018/7-2018/12.pdf> [in Ukrainian]
4. Sokurianska, L.G., Maksymovych, O.V. (2019). Intercultural communication in terms of Central and Eastern Europe Adolescents' Value Orientations Constructing Factor (based on International Survey Results). *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, VII (32), I, 192, 99-104. <https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-23> [in Ukrainian]
5. Batsevych, F.S. (2007). *Dictionary of Intercultural Communication Terms*. Kyiv: Dovira [in Ukrainian]
6. Pochepstov, H. (2001). *Communication Theory*. Moscow: Refl-buk [in Russian]

7. Lasswell, H.D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. URL: <http://marketing-course.ru/wp-content/uploads/2018/11/Lasswell.pdf>
8. Shannon, C.E. (1948). A Mathematical Theory of Communication. Reprinted with corrections from *The Bell System Technical Journal*, 27, 379-423, 623-656. <https://doi.org/10.1002/j.1538-7305.1948.tb00917.x>
9. Newcomb, T.M. (1953). An Approach to the Study of Communicative Acts. *Psychological Review*, 60 (6), 393-404. <https://doi.org/10.1037/h0063098>
10. Schramm, W. The Nature of Communication between Humans. URL: <http://marketing-course.ru/wp-content/uploads/2018/11/schramm.pdf>
11. Gerbner's General Model. *Communication Theory*. URL: <https://www.communicationtheory.org/gerbners-general-model/>
12. Westley Bruce, H., MacLean Malcolm, Jr. A Conceptual Model for Communications Research. <https://doi.org/10.1177/107769905703400103>
13. Arniel Ping. (2016). Introduction to Media and Information Literacy (Part 1). Communication, Communication Models, Media Literacy, Information Literacy, Technology (Digital) Literacy, and MIL. URL: <https://www.slideshare.net/arnielping/media-and-information-literacy-communication>
14. Berlo's SMCR Model of Communication. (2018). *Businessstopia*. URL: <https://www.businessstopia.net/communication/berlo-model-communication>
15. Melvin, L. De Fleur, Ball-Rokeach, S. (1970). Theories of Mass Communication: 2nd ed. New York: McKay.
16. Dr. Melvin L. De Fleur Distinguished Lectures Series. URL: <http://sites.bu.edu/crc/crc-lecture-series/>
17. De Fleur Model of Communication (2018). *Businessstopia*. URL: <https://www.businessstopia.net/communication/de-fleur-model-communication>
18. Maletzke, G. (1963). *Psychologie der Massen Kommunikation: Theorie und Systematik*. Hamburg: Verlag Hans Bredow-Institut [in German]
19. Maletzke, G. (1996). *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80350-4> [in German]
20. Korneva, L.I. (2004). Intercultural Competence in Terms of Successful Professional Work of Russian Managers. *Vestnik UHTU-UPY*, 10, 54-61. URL: [http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54658/1/vestnik\\_2004\\_5\\_007.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54658/1/vestnik_2004_5_007.pdf) [in Russian]
21. Fawkes, J. (2007). Public relations models and persuasion ethics: A new approach. *Journal of Communication Management*, 313-331. <https://doi.org/10.1108/13632540710843922>
22. Mynyn, A. Maletzke's Model of Communication. URL: <http://marketing-course.ru/maletzke-model/> [in Russian]

Received on 10.03.20