

## ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*Проаналізовано моделювання комунікативних процесів, чинники та ознаки. Розглядається теорія ігор як оптимальна для моделювання комунікації в економіці та політиці.*

**Ключові слова:** моделювання комунікативного процесу, комунікативний процес, чинники та ознаки комунікативних процесів, теорія ігор, модель Чакотіна, передвиборча агітація.

### *Abstract*

*Modeling of communication processes, factors and features is analyzed. Game theory is considered optimal for modeling communication in economics and politics.*

**Keywords:** communication process modeling, communication process, factors and features of communication processes, game theory, model of Chakotina, pre-election agitation.

Моделювання давно стало невід'ємним елементом системного мислення. Потрібно відзначити, що моделі розглядаються як спрощені теорії, що дозволяють вивчати взаємозв'язки між різними суб'єктами комунікації. Важливим є те, що моделюються раціональні процеси, вони піддаються аналізу і прогнозуванню. Тому актуальним є вивчення особливостей моделювання комунікативних процесів, зокрема, у сфері політики.

Почнемо з того, що взагалі метод моделювання пов'язаний з побудовою штучних, ідеальних, уявних об'єктів, ситуацій, що має відносини і елементи, схожі з відносинами і елементами реальних процесів, зокрема, політичних. Думка більшості сучасних учених зводиться в основному до того, що початок політичного моделювання був покладений в роботі Л. Річардсона «Математична психологія війни», виданої в 1919 р.. З тих пір моделювання пройшло багато етапів свого розвитку [1].

Швидкому впровадженню моделювання, зокрема, математичного, в західній політичній науці сприяло широке застосування методів, раніше відпрацьованих економістами. Так, важливими інструментами моделювання політичних процесів є теорії прийняття рішень, оптимізації й теорія ігор. Ми зосередимо більше уваги на теорії ігор.

Перш за все, щодо теорії прийняття рішень, то в багатьох випадках використовуються результати економічного аналізу. Якщо простіше, то згадана теорія базується на так званій гіпотезі про раціональну поведінку політичного гравця, яка полягає в тому, що він вибирає саме те рішення, яке йому найбільш вигідне в даний момент. Наприклад, мінімум витрат того чи іншого ресурсу (часу, фінансів), або максимум тих чи інших політичних характеристик (кількості отриманих голосів, результат лобіювання тощо) [1].

В зв'язку з цим необхідно згадати ім'я А. Даунса, який створив теорію суспільного вибору і моделювання, що адаптувало цей метод до вивчення суспільно-політичних процесів. Щодо теорії оптимізації, то її завданням є формування політичних моделей, які забезпечують політика описом механізмів і технологій, досягнення поставлених ним цілей за умови існування обмежень.

З урахуванням переваг і недоліків моделювання комунікації, виділимо головні вимоги до створення її моделей. Комунікативний процес - це осмислений процес засвоєння і переробки інформації при взаємодії двох і більше осіб з використанням різних каналів (усного мовлення, письма, електронних засобів тощо) і за допомогою різних комунікативних засобів (вербальних, невербальних та ін.). Цей процес може набувати різних форм в залежності від кількості учасників, їх цілей, каналів взаємодії, засобів, стратегій тощо [1; 2].

Звідси і велика кількість моделей комунікації, представлених у науковій та навчальній літературі. Слід мати на увазі, що моделі процесів комунікації використовуються, по-перше, як метод дослідження, як концептуальний засіб, основною метою якого є пояснення комунікативних процесів; по-друге, як схематизоване, спрощене відображення реального комунікативного процесу, як

інструмент, необхідний, в першу чергу, для управління модельованим процесом [3, с. 126]. Таким чином, модель може використовуватися в якості алгоритму, що задає рамки і послідовність реалізованих кроків.

Оскільки процес комунікації розгортається в просторі і в часі, то у самій її стратегії закладено обігрування (одомашнення) простору і часу, то ці характеристики в моделях також необхідно враховувати. Якщо ми введемо в них просторову і часову характеристики, то можемо отримати чотири групи моделей соціальної комунікації: лінійну, циклічну, вільного вибору і мережеву. Причому в різних групах простір і час використовуються і розгортаються в комунікаціях по-різному.

Моделювання комунікативного процесу повинно містити такі чинники та ознаки [4]:

- продуманість теми майбутньої комунікації;
- спокійне середовище, яке спрямовується на комунікативний акт;
- застосування вербальних та невербальних жестів;
- для ефективної комунікації потрібно бути не лише відмінним оратором, а відповідно й слухачем;
- застосування дипломатичної мови;
- при моделюванні комунікації потрібно стати дзеркалом для себе, відповідно, можливо краще зрозуміти співрозмовника;
- при моделюванні, потрібно обов'язково не забувати про вміння вислухати.

Звернемося до моделі Чакотіна, завдяки якій закладено своєрідну модель людини і суспільства. Чакотін виділяв чотири рефлексії людини, на яких тримається пропаганда: агресивний, сексуальний, захисний та харчовий. Для нього людина була істотою, що керувалася інстинктами й почуттями більше, аніж розумом. Пропаганда для Чакотіна - це повтор гасел, що стосувались інстинктів та почуттів людини. Комунікативний процес зводився до одновекторності й спрямованості на великі групи - масу, яка мала перетворюватися у «потрібну публіку» способом передачі дозованої інформації та нав'язування ідеологічних смислів, що підкріплювалися життєвими рефлексіями людини [3].

Ми можемо побачити ефективність моделі Чакотіна на прикладі передвиборчої агітації 2019 році, теперішнього Президента України Володимира Зеленського. В його передвиборчих гаслах йшлося не про нього самого, а про систему цінностей та бажання народу. В результаті люди обрали «особистість». Отже, комунікація є процесом як раціональним, так і нерациональним. Моделюють взаємодію переважно в сфері політики та економіки. Підсумовуючи вищезазначене, можна констатувати, що математичні моделі допомагають отримати об'єктивні висновки із деякої множини вихідних припущень. Крім того, світ політики досить прогнозований, а тому висновки, отримані від математичних моделей, витримали емпіричну перевірку на валідність.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисюк С. Г., Корнієнко В.О., Слободянюк А.В. «Персоніфікація» vs «репутація» у політичному контексті математичного моделювання виборчих переваг. *European Political and Law Discourse*. 2016. Vol. 3, iss. 2. P. 165-171.
2. Денисюк С. Г. Математичне моделювання та побудова проведення майбутніх президентських виборів в Україні. Нова парадигма: журнал наукових праць [голов. ред. В. П. Бех]. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2008. Вип. 78. С. 107–115.
3. Основні теорії комунікації / Під ред. М.А. Василика. Москва: Гарда-ріки, 2003.
4. Як зробити будь-яке спілкування корисним і приємним? URL: <https://salid.ru/stati/metody-effektivnoj-kommunikacii-psixologiya-obshheniya>

**Лагодич Назар Романович** – студент групи ІГМ-176, факультет машинобудування та транспорту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lgm.17b.lagodich@gmail.com

Науковий керівник: **Денисюк Світлана Георгіївна** - доктор політичних наук, професор, професор кафедри суспільно-політичних наук, проректор з науково-педагогічної роботи і соціальних комунікацій ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: denisyuk@vntu.edu.ua

**Lagodich Nazar R.** - student of group ІГМ-176, Faculty of Mechanical Engineering and Transport, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lgm.17b.lagodich@gmail.com.

Supervisor: **Svitlana Denysiuk** – Doctor of Political Science, Professor, Professor of the Department of Social and Political Science, Vice-Rector of Scientific and Pedagogical Work and Social Communication, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsia, e-mail: denisyuk@vntu.edu.ua