

Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві

У статті йдеться про концептуальні підходи до соціальних комунікацій у сучасних наукових дослідженнях. Соціальні комунікації мають широкий спектр функцій, які забезпечують життєдіяльність сучасних соціальних систем. Узагальнено основні принципи та функції соціальних комунікацій. Проблема соціальних комунікацій є пріоритетною для українського суспільства, оскільки її розгляд дає змогу визначити особливості системи соціальних комунікацій України та врахувати їх у практиці суспільних відносин.

Ключові слова: інформаційне суспільство, комунікація, соціальні комунікації, інформація, глобалізм.

Вступ. Сьогодення характеризується становленням та розвитком відкритого, цивілізованого суспільства, у ньому з'являються принципово нові форми спілкування та комунікації, засновані на соціальному та особистому партнерстві, конкуренції, на правових та соціальних основах формальної рівності всіх громадян суспільства, на раціональному врегулюванні суспільних відносин.

Сучасне комунікаційне суспільство характеризується постійним збільшенням та глобалізацією комунікацій. Кількість та якість комунікацій безперервно зростають, значна кількість людей залучається до комунікаційного процесу, взаємозв'язок між окремими комунікаціями стає тісним, зростає дія комунікацій, мережа яких досягла глобальних масштабів. Зростання комунікацій відкриває нові можливості, які звільняють людей від певних обмежень, систем соціального контролю та примусу, створюють нові засади особистої репрезентації.

Соціальні комунікації наприкінці ХХ ст. стали предметом дослідження різних наукових шкіл, зокрема у сферах соціології, психології, політології, культурології, філософії, документалістики, інформатики, журналістики, теорії реклами, публік рилейшнз, комунікативістики тощо.

У дослідженнях соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві розглянуто лише окремі аспекти цього складного явища, серед них варто назвати західні наукові праці Л. Бейкера, В. Бадда, С. Верби, Г. Лассуелла, Е. Масуди, російські теоретичні й практичні дослідження А. Соколова, А. Леонтьєва, О. Гнатюк, Ю. Буданцева, В. Сметани та окремі вітчизняні розробки В. Різуна, В. Іванова, Г. Почепцова, В. Шкляра, О. Зернецької, О. Холода, В. Бебика, Н. Костенко, Н. Зражевської, Л. Верещанської, О. Курбана, Є. Романенка та ін. Водночас аналіз минулої та сучасної наукової думки засвідчив відсутність комплексних досліджень у вітчизняній науці про соціальні комунікації, тому системний аналіз зазначеної проблематики

є важливим для вітчизняної теорії та практики з питань соціальних комунікацій.

Мета статті – визначити основні концептуальні підходи до соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві.

Завдання статті: систематизувати вітчизняний і зарубіжний досвід дослідження соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, проаналізувати функції соціальних комунікацій у наукових розвідках.

Методи дослідження. У статті використано метод порівняння, описовий метод та метод системного аналізу.

Результати та обговорення. Соціальні комунікації стали об'єктом дослідження соціологів у 20-х рр. ХХ ст., що пов'язано з розвитком технічних засобів передачі сигналів, особливо радіо. Використання технічних засобів і одночасне ускладнення організаційних умов передачі повідомлень призвели до зменшення безпосередньої взаємодії сторін, що спілкуються, та необхідності спеціального вивчення закономірностей опосередкування інформації в соціальних системах.

Зміст поняття «комунікація» змінюється одночасно з розвитком та ускладненням технічних засобів передачі повідомлень, глобалізацією і дедалі більшою інформатизацією світового суспільства.

Японський вчений Е. Масуда охарактеризував комунікацію як економічну категорію та суспільне благо, яке впливає на розвиток всіх сфер суспільного життя [1]. Саме рівень розвитку комунікацій, на думку дослідника, є критерієм суспільного прогресу, який забезпечується завдяки скороченню тривалості запровадження новацій, збільшенню швидкості їх циркулювання та появі нових автоматизованих систем, покликаних продукувати динамічні процеси розвитку суспільства. У цьому контексті, на думку Є. Романенка [2], який посилається на Е. Масуду [1], комунікація розглядається як важливий соціокультурний фактор розвитку суспільства, який впливає на формування суспільного світогляду, стилю мислення, поняття свободи



та демократії. Розвиток комунікації сприяє виникненню нової системи індивідуально-демократичних цінностей (сердечності, щирості, довіри), які змінили сутність сучасного виробництва, а також вплинули на рівень розвитку суспільства. Комунікація повинна змінити суспільний устрій, ієрархізуєчи соціальну організацію, вона сприяє інтенсифікації культурних зв'язків, масовізації індустріального суспільства, уніфікації та стандартизації процесів формування відповідних державних ідеологій [2].

Вітчизняний дослідник Є. Романенко виокремлює два підходи до розуміння комунікації як необхідної складової частини розвитку суспільства: інформаційно-технологічний та культурологічний [2].

У рамках інформаційно-технологічного підходу розкриваються основні засоби та способи трансляції комунікації як провідної рушійної сили суспільного прогресу. Йдеться про техно-етронний розвиток, базований на комунікації як важливій складовій частині формування національної свідомості, національної ідеології, нових вузьколокальних смислів та цінностей. При цьому, на думку Є. Романенка, який посилається на А. Костіну [3], сенс історії можна представити як специфічний процес розвитку комунікації, де зміст економічного, соціального та культурного складників пов'язаний з характером та змістом комунікації у ролі циркулюючого в цьому суспільстві знання.

Культурологічний підхід, зауважує Є. Романенко, актуалізує роль культури як першопричини розвитку комунікативної системи суспільства у всіх сферах його життєдіяльності. Автор, посилаючись на дослідження Д. Танскотта [4], зауважує, що у межах однієї соціокультурної системи комунікація є одним із інструментів знакової фіксації реальності, кожному з яких відповідає певний рівень розвитку соціальності. Комунікація у такому її контексті сприяє розвитку відповідних форм міжкомунікативних зв'язків, а через це й оптимізації соціальної структури.

Роль комунікації у розвитку суспільства діалектична: з одного боку, вона є стратегічно-інструментальним засобом розвитку суспільства, а з другого – саме суспільство як певна соціальна реальність є одним із способів налагодження та розвитку певних комунікативних зв'язків. У такому контексті, доводить Є. Романенко, вона є одним із найбільш ефективних способів створення відповідних комунікативних систем, які впливають на характер виробничої діяльності, форму міжкультурних відносин, тенденції історичного розвитку та специфіку соціальної структури суспільства [2].

Російський дослідник В. Сметана у своїй праці зазначає, що у сучасному суспільстві комунікація та спілкування виконують різні функції (передача інформації, взаємообмін емоціями, трансляція досвіду, навчання, соціалізація) та

виступають соціально-регулюючими й соціально-конструюючими факторами. Сучасні форми соціальної комунікації формують особливе субкультурне середовище, є способами реалізації соціальних та щоденних (особистих) дискурсів. Вони виражають соціальну диференціацію, соціальну стратифікацію, соціальну ієрархізацію і категоризацію відносин та взаємодій [5].

Соціальна комунікація, на думку дослідника, впливає на поведінку та діяльність людини й формує комунікативні рівні суспільства у вигляді різних форм комунікативного взаємовпливу.

Також науковець В. Сметана подає таке визначення соціальної комунікації: це особливий соціальний феномен, що виражає такі міжсуб'єктні відносини, як соціальна комунікативна взаємодія, обмін соціальними смислами у соціальному часі і просторі, соціальне пізнання, конструювання та конституювання суспільних та міжособистісних відносин, будучи при цьому функціональною характеристикою суспільства, яка орієнтована на виробництво та динаміку соціокультурних норм та зразків, що підтримують суспільну єдність [5].

Інший підхід до розуміння соціальної комунікації подається у дослідженні Л. Верещької «Феномен справедливості у контексті соціальної комунікації», де автор розглядає справедливість у різних видах комунікаційної діяльності. У праці йдеться про те, що комунікація – невід'ємний компонент соціального. Дослідниця визначила соціальну комунікацію як процес взаємодії між двома або більшою кількістю соціальними суб'єктами, соціальними групами та спільнотами шляхом безпосереднього або опосередкованого спілкування і обміну інформацією за допомогою використання відповідних засобів [6].

У докторській дисертації «Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій» Н. Зражевської медіакультура розглядається як частина соціальних комунікацій, а також підтверджується, що соціальні комунікації неможливі без медіакультури. Медіакультура в інформаційному суспільстві посідає панівне місце саме тому, що інтенсифікує комунікаційний компонент кожного явища, яке вона транслює суспільству; в результаті цих процесів, під впливом технологічних змін трансформується ціла низка аспектів: ідеологія, цінності, уявлення, політика, смаки, поняття естетичного, культурного. Виникнення медіакультури пов'язане з формуванням епохи модерну, розширенням тиражування, розвитком технологій, а її становлення та концептуальні естетичні й ідеологічні ознаки сформувалися пізніше, з появою ТБ та нових конвергентних технологій, характерних для епохи постмодерну [7].

Медіакультура як культура передачі змістів, як культура-посередник, стосується всіх сторін комунікації. Медіакультура – це метакультура інформаційного (постінформаційного) суспіль-



ства, організована за моделлю масової продукції для масової публіки. Це основний чинник культури постмодерну, культура образів, звуків і зображень, які передають через технічні засоби, створюючи віртуальні цінності і смисли; це технокультура, що пов'язує культуру і технологію, за допомогою інформаційно-комунікаційних засобів продукує свої артефакти і транслює змісти на масову аудиторію, змінюючи ментальні настанови людини; це чуттєва культура, оскільки, формуючи потреби і смаки, спрямована на посилення чуттєвого щастя і задоволення, користі і комфортності.

Автор виділяє такі функції медіакультури: інформативна; комунікативна; нормативна (ідеологічна); релаксаційна (розважальна); креативна (перетворення світу, або естетична функція); інтеграційна (об'єднання культур); функція контролю; функція соціального конструювання реальності; посередницька (інструмент управління); функція соціального примусу; функція ідентифікації; маркетингова функція; компенсаційна функція; функція передавання культурної спадщини; функція кореляції; функція мобілізації [7].

В інформаційному суспільстві, зазначає автор, медіакультура набуває нового статусу – метакультурного. Сутністю сучасного суспільства є не стільки інформація, скільки комунікація, а оскільки комунікація в сучасному суспільстві – це передусім масова комунікація, що здійснюється через канали медіа, то відповідно панівним артефактом впливу на суспільство стає культура цих медіа, або медіакультура [7].

У тлумачному словнику подано таке визначення соціальної комунікації: це процес, завдяки якому ідея передається від джерела до отримувача з метою зміни поведінки, соціальних знань та соціальних настанов останнього [8].

Науковці виділяють такі основні функції соціальної комунікації:

- *інформаційна* – за допомогою соціальної комунікації в суспільстві поширюється інформація про предмети, їх властивості, явища, дії та процеси;
- *експресивна* – визначає здатність соціальної комунікації передавати оцінну інформацію про предмети або явища;
- *прагматична* – соціальна комунікація є засобом, який спонукає людину до певної дії та реакції [8].

Український дослідник О. Курбан, посиляючись на тлумачний словник, зауважує, що у системі технологізації соціальних процесів, їх управління і координації соціальна комунікація є базовим фактором досягнення основної мети [8; 9].

В. Бебик у своєму дослідженні, своєю чергою, зазначає, що соціальні комунікації є своєрідним інформаційно-комунікаційним полем глобального суспільного життя, що має соціальний характер, поєднує всі компоненти суспільної сфери (політичні, економічні, духовні) та структурує

відповідну суспільну (політичну, економічну, духовну) діяльність [10].

Автор подає таке визначення соціальної комунікації: це процес передавання, переробки та прийняття соціальної інформації, здійснюваний суб'єктами та об'єктами (глобальної чи національної) суспільної сфери [10].

Процес соціальної комунікації відбувається під час багатостороннього та різнорівневого обміну соціальною інформацією (якщо в ньому бере участь людина, процес набуває соціальності) між політичною, економічною та духовною сферами глобального суспільства та їх національними відповідниками.

Найвпливовішим видом соціальної комунікації, доводить автор, є масова комунікація. На думку дослідника, масова комунікація (або інформаційно-комунікаційна діяльність) є діяльністю соціального суб'єкта з виробництва й поширення соціальної інформації, метою якої є формування суспільної свідомості суб'єктів та об'єктів суспільної сфери і відповідне спрямування їхньої (політичної, економічної, духовної) діяльності. Ця діяльність здійснюється за допомогою специфічних суспільних інститутів – засобів масової комунікації.

В. Бебик виокремлює такі основні принципи соціальної комунікації:

- пріоритетність ознак і цінностей культури (ієрархія);
- рівні права всіх громадян на отримання інформації (демократія);
- наближеність до загальнолюдської культури, культури відповідної нації, етносу, конфесії, класу тощо (ідентичність);
- урахування глобальних та національних морально-етичних норм (мораль) [10].

Характер соціальної комунікації в суспільстві (глобальному чи національному), рівень її розвитку визначаються рівнем загальної культури відповідного суспільства, опосередковуються його цінностями й нормами. Але соціальна комунікація як засіб існування й передавання цінностей і норм культури теж визначає рівень культури суспільства та особливості функціонування суспільної сфери.

З урахуванням особливостей функціонування суспільної сфери автор називає основні функції соціальної комунікації:

- поширення суспільних цінностей, знань, інформації;
- формування суспільної свідомості;
- поширення та розвиток соціокультурних норм, здійснення соціокультурного обміну;
- інтеграція та регулювання суспільних відносин, зокрема соціальних;
- підготовка та сприяння участі громадськості у суспільній діяльності [10].

Таким чином, можна сказати, що основною функцією соціальних комунікацій є функція інформаційна.



Соціальна комунікація, зазначає В. Бебик, повинна бути засобом узгодження та координації суспільних інтересів на основі повного інформування громадян, поваги до прав і свобод особистості, демократичної політичної культури та свободи мас-медіа від владних та бізнесових структур (глобальних і національних) [10].

Вітчизняний дослідник В. Різун розглядає соціальні комунікації як систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які налагоджуються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з другого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії. Ці комунікації є соціально маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей. Соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації соціальнокомунікаційної справи [11].

Г. Почепцов у своїй праці зазначає, що соціальні комунікації налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього як короткотривалі (тактичний), так і довготривалі (стратегічний) інструментарій. Освіта, бібліотеки чи наука як стратегічний інструментарій підтримують домінуючі моделі світу, які належать цьому виду суспільства. Зміни соціальних систем завжди пов'язані зі змінами моделей світу [12].

Приміром, О. Холод запропонував таке визначення соціальних комунікацій: «...галузь знань, що вивчає організаційно впорядковану систему документів, їх масиви, продукти засобів масової комунікації та інформаційні технології, що забезпечують реалізацію інформаційних процесів і намірів при безпосередній участі членів комунікативного процесу» [13].

Науковець робить слушні висновки, що у науковому обігу слід вживати термін «соціальні комунікації» тільки у множині. При цьому варто мати на увазі, що термін має таких два значення: соціальнокомунікаційний інжиніринг (процес створення, прогнозування, адаптації і реалізації комунікаційних технологій, стратегій і моделей соціальної дії, взаємодії між соціальними фігурантами (суб'єктами й об'єктами) з метою здійснення маніпуляції (позитивного або негативного впливу)); наукова галузь «Соціальні комунікації» (елемент науки як творчої діяльності з отримання нових знань і результат цієї діяльності у вигляді цілісної системи знань, сформульованих на основі певних принципів; система знань про закономірності розвитку природи, суспільства і мислення) [13].

Висновки. Соціальні комунікації сучасного типу утворюють середовище, яке постійно змінюється, внаслідок чого відбувається руйнування старих і формування нових моделей соціальних комунікацій, що становить суспільну проблему, від вирішення якої залежить трансформація суспільних цінностей і становлення нової системи соціальних комунікацій в умовах глобалізації.

Основною функцією соціальних комунікацій є функція інформаційна.

Соціальні комунікації як засіб існування та передавання цінностей і норм культури визначає рівень культури суспільства та особливості функціонування суспільної сфери.

Подяки. Висловлюю подяку Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, завідувачеві кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики професорові В. Іванову, а також Ужгородському національному університету за допомогу під час підготовки цієї публікації.

1. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society / Y. Masuda. – Washington, 2005. – 456 p.

2. Романенко Є. Комунікація як необхідна складова розвитку сучасного суспільства [Електронний ресурс] / Є. Романенко // Демократичне врядування : науковий вісник. – 2012. – Вип. 9. – URL: <http://www.lvivacademy.com/visnik9/fail/Romanenko.pdf> (04.04.2014).

3. Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций [Електронний ресурс] / А. В. Костина. – URL: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina Information Society/](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina%20Information%20Society/) (10.01.2014).

4. Танскотт Д. Электронно-цифровое общество: Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта / Д. Танскотт. – М., 1999. – 654 с.

5. Сметана В. В. Социальная коммуникация: Социально-философский анализ коммуникативных отношений и коммуникативного дискурса : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / [Електронний ресурс] / В. В. Сметана. – Ростов н/Д. – 2004. – 20 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sotsialnaya-kommunikatsiya-sotsialno-filosofskii-analiz-kommunikativnykh-otnoshenii-i-kommun> (22.02.2013).

6. Верецька Л. Феномен справедливості у контексті соціальної комунікації : дис. ... канд. філос. наук : спец. 09.00.03 / Л. Верецька. – Одеса, 2002. – 198 с.

7. Зражевська Н. І. Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунік. : спец. 27.00.01 / Н. І. Зражевська. – К., 2012. – 34 с.

8. Социальные технологии : толков. слов. – М. ; Белгород : Луч – Центр социальных технологий, 1995.

9. Курбан О. В. Соціальна комунікація в системі сучасного наукового знання / О. В. Курбан // Інформаційне суспільство. – 2009. – Вип. 10. – С. 64-66.

10. Бебик В. М. Глобальне інформаційне суспільство: поняття, структура, комунікації / В. М. Бебик // Інформація і право. – 2011. – № 1 (1). – С. 41-49.



11. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 1. – С. 7–11.

12. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Г. Г. Почепцов // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19–26.

13. Холод О. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі «соціальні комунікації» [Електронний ресурс] / О. Холод. – URL: <http://www.Pop/all/soc-alh-komun-kac-jak-ponjatja-v-naukov-i-galuz-soc-aln-komun-kac.html> (15.05.2014).

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

Bilan Nadiya. Social communications in the information society Summary.

Conceptual approaches of social communication in modern scientific researches are discussed in the article. Social communication has a wide variety of functions, which support vital activity of the modern social systems. Basic principles and functions of the social communications have been generalized. Social communication issue is a priority for the Ukrainian society, as far as it helps to determine features of the social communication system and to consider them in practice of social relationships.

Keywords: information society, communication, social communication, information, globalism.

Билан Н. И. Социальные коммуникации в информационном обществе.

В статье идет речь о концептуальных подходах к социальным коммуникациям в современных научных исследованиях. Социальные коммуникации имеют широкий спектр функций, которые обеспечивают жизнедеятельность современных социальных систем. Обобщены основные принципы и функции социальных коммуникаций. Проблема социальных коммуникаций является приоритетной для украинского общества, поскольку её рассмотрение позволяет определить особенности системы социальных коммуникаций Украины и использовать их в практике общественных отношений.

Ключевые слова: информационное общество, коммуникация, социальные коммуникации, информация, глобализм.