

6. Про рекламу : Закон України [Електр. ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>. – Загол. з екрана.
7. Кабалевский А. Российский и зарубежный опыт развития социальной рекламы [Электр. ресурс] / А. Кабалевский. – Режим доступу : <http://www.socreklama.ru>. – Загл. с экрана.
8. Курочкина Е. Социальная реклама – это составляющая гражданского общества [Электр. ресурс] / Е. Курочкина, Г. Николайшвили, И. Буренков. – Режим доступу : <http://www.socreklama.ru>. – Загл. с экрана.
9. Николайшвили Г.Г. Коммерческая, политическая, социальная реклама: сотрудничество или конкуренция [Электр. ресурс] / Г.Г. Николайшвили. – Режим доступу : <http://www.socreklarna.ru/srarticle.php7arti id=51>. – Загл. с экрана.
10. Николайшвили Г.Г. Краткая история социальной рекламы / Г.Г. Николайшвили // Тезисы межрегион. лингвист. конф. – Екатеринбург, 2002. – С. 40-44.
11. Селиверстов С.Э. Социальная реклама. Искусство воздействия словом / С.Э. Селиверстов. – Самара, 2006.
12. Социальная реклама в Великобритании. Теория и практика [Электр. ресурс]. – Режим доступу : www.itk.org.ua. – Загл. с экрана.
13. Ученова В.В. Социальная реклама / В.В. Ученова, Н.В. Старых. – М., 2006.
14. Чурадаев С. Социальная сфера как рекламное пространство / С. Чурадаев // Рекламодатель: теория и практика. – 2004. – № 3.

УДК 007:34:001

Н.І. Моїсєєва

СТАН ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В СТРУКТУРІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ЗНАННЯ

У статті розглядаються основні підходи до визначення, структури та діяльнісних аспектів комунікаційного процесу. Встановлюється зв'язок між змінами в комунікаційній діяльності та розгортанням комунікаційного процесу в суспільстві. Виявляються протиріччя у вивченні комунікаційного процесу в системі соціально-комунікаційного знання.

Ключові слова: соціальна комунікація, комунікаційний процес, інформаційний процес, структура комунікаційного процесу, алгоритми.

Н.І. Моїсєєва

STAN VIVCHENNYA KOMUNIKATSIYNOGO PROCESS IN STRUKTURI SOTSIALNO-KOMUNIKATSIYNOGO ZNANNIA

The article is dedicated to the consideration of the main approaches to the definition, structure and active aspects of the communication process. It establishes the connection between the changes in communication activities and deployment of the communication process in the society. The paper reveals contradictions in the study of the communicative process in the system of social communication knowledge.

Keywords: social communication, communication process, the information process, the structure of the communication process, algorithms.

Початковим положенням при розгляді комунікаційної проблематики майже завжди є визначення комунікації. При цьому кожний автор, як правило, обирає таке визначення, яке може бути пристосовано до предмета його розгляду. Комунікація визначається як рух смислів, обмін думками, комунікація як спілкування та ін. Це

підтверджує той факт, що феномен комунікації, не зважаючи на широкий спектр характеристик і визначень, є ще недостатньо зрозумілим явищем. Поширення комунікаційної взаємодії в практиці суспільного життя людей відбувається швидше, ніж його осягнення, хоча при цьому спостерігається безліч намагань залучити поняття комуні-

кація до наукової теоретизації в широкому колі наук. Питання щодо визначення комунікаційного процесу також є неоднозначними, як і визначення самої комунікації. Науковці США виказують думку про те, що дослідники у своїх працях не враховують різні аспекти комунікаційного процесу, що змінюються адекватно часу [1, 72]. Серед причин такого ставлення до вивчення комунікаційного процесу вони називають, зокрема, відсутність концепцій, що дійсно орієнтувалися на його вивчення, необхідність великих фінансових витрат для побудови часових рядів, бажання дослідників швидко отримати результат на вимогу замовників, обмеження фінансування, прагнення писати дисертації та інші фактори, що серйозно перешкоджають проведенню довгострокових досліджень. Це актуалізує необхідність подальшого вивчення комунікаційного процесу з урахуванням новітніх розробок із теорії соціальних комунікацій.

Метою статті є виявлення протиріч у вивченні комунікаційного процесу в системі соціально-комунікаційного знання. Завдання – визначити дослідницьку ситуацію відносно підходів до розгляду комунікаційного процесу з точки зору сучасного рівня розвитку теорії соціальних комунікацій і трансформацій комунікаційної діяльності, що впливають на його загальну структуру та алгоритми.

Наближення до вирішення цих завдань відкриває певні перспективи для розвитку та оформлення теорії соціальних комунікацій, головним об'єктом якої є соціально-комунікаційна діяльність [2, 306-309]. Якщо комунікація розглядається як явище, що має свої характеристики, учасників, засоби спілкування або комунікаційного впливу на комунікантів для досягнення мети передачі інформації та знань, то комунікаційна діяльність базується на елементах, що входять до будь-якої суспільної діяльності: об'єкт та предмет діяльності, знаряддя та засоби праці, технологія обробки, предмети праці, еталонні зразки та форми виготовлення продуктів та послуг. Із цієї точки зору необхідно розглянути підхід до розуміння комунікаційного процесу, його структури та відображення в суспільній діяльності.

Поняття *комунікаційний процес* широко використовується в спеціальній літературі. Представники різних напрямів вивчення соціальних комунікацій вважають це поняття ключовим для розуміння його місця, ролі та значення в соціокультурних процесах функціонування і розвитку суспільства, формуванні суспільних відносин на засадах демократизації, прозорості й рівноваги: Г.М. Андрєєва, Ф.С. Бацевич, М.А. Василик, С.М. Квіт, Н. Луман, Г.Г. Почепцов, В.В. Різун, А.В. Соколов, Ф.І. Шарков, В.П. Конечька

та ін. Всі ці праці створюють необхідне підґрунтя для аналізу визначення та використання цього поняття в межах визначеної мети.

Звернення до поняття *комунікаційний процес* завжди присутнє при визначенні комунікації як явища, що передбачає участь не менше двох учасників і засновується на впливі комуніканта на комуніката з метою досягнення рівноваги або відповідності станів. Як вбачають дослідники, природна (неусвідомлена) комунікація присутня в будь-яких системах, зокрема і у життєвій системі доісторичної людини. На це звертають увагу фахівці з психології, соціальних комунікацій, інформатики (Л.С. Виготський, А.Н. Леонтьєв, Ж. Піаже, В.О. Ільганаєва, Ф.С. Бацевич, А.В. Соколов, Є.О. Седов, В.І. Черниш та ін.).

Г.Г. Почепцов зазначає, що «історично комунікацією було примушення одного іншим до виконання тієї чи тієї дії. Заради цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини» [3, 15]. Згодом, у процесі соціалізації та становлення людської цивілізації, комунікація перетворюється на свідому дію, відокремлюється у спеціальний вид суспільної діяльності. Від простої статичної схеми *відправник – повідомлення – одержувач* комунікація розгортається в комунікаційний процес як динамічне відтворення трансформацій його первісних елементів та набування ними нових характеристик, особливостей, зв'язків між ними. Намагання пов'язати комунікацію з інформацією стає причиною звернення інших авторів до поняття *комунікаційний процес*. Н. Луман визначає комунікаційний процес як процес передачі інформації від однієї людини до іншої, або її рух між групами людей різними каналами і за допомогою різних засобів комунікації (вербальних, невербальних та ін.) [4, 7, 11]. Інформаційну залежність процесу комунікації підтримує і Г.М. Андрєєва, соціальний психолог [5, 97-99]. Тому комунікація як процес передбачає передусім процеси декодування вербальної інформації в невербальну і невербальної у вербальну [3, 6].

У загальному вигляді соціально-комунікаційний процес описують таким чином: джерело (відправник), повідомлення, кодування та декодування, канал, отримувач, зворотній зв'язок.

Головним при цьому виявляється спілкування між двома або кількома суб'єктами – комунікаторами. Такий підхід простежується у представників майже всіх наук, що традиційно вивчають комунікацію та спілкування. Більше того, представник соціально-комунікаційної теорії А.В. Соколов пов'язує з ними появу різних форм комунікації,

опосередкованих цілями комунікаційних зв'язків: створення спільності – спілкування; маніпулювання свідомістю – управління; вибір зразків поведінки – імітація (наслідування) [7]. Близький до цього підходу В.В. Різун [8]. Увесь процес комунікації опосередковано знаковою системою будь-якої природи і такою, що має бути доступною, зрозумілою для використання обома сторонами комунікаційної взаємодії.

Діалог і монолог розглядаються як засоби комунікаційного спілкування, що, на нашу думку, має відношення до мовленнєвої діяльності. Її існування в межах комунікаційної діяльності підтверджують дослідники. В мовознавстві це є загально-визнаним і мовленнєва діяльність розглядається з точки зору її організації, а також мовної системи.

У психології мовленнєва діяльність також розглядається як вид діяльності поряд із трудовою та пізнавальною. Вона має такі діяльнісні ознаки, як: операції, цільова орієнтовка, планування, контроль та ін. На це посилається В.П. Конєцька у своїй роботі [9, 5-4].

Тому, зокрема, Ф.С. Бацевич вважає її одним із різновидів комунікаційної діяльності, що має всі праксеологічні ознаки [10]. Тобто, можна припустити, що комунікаційний процес і комунікаційна діяльність взаємопов'язані й обумовлені низкою умов, учасниками та їхніми характеристиками, засобами зв'язку і передачі інформації, формою взаємообміну предметом комунікації, технологіями та операціями комунікації.

Ретроспективну і досить розгорнуту картину трансформації комунікаційної діяльності приводить у своїй роботі З.В. Партико [11]. І хоча він не порушує питання історії комунікаційної діяльності, як це робить, наприклад, А.В. Соколов у відомих своїх працях, але досить чітко відбиває рух комунікації від біопсихологічної властивості первісної людини до людини, що розмовляє, пише, створює прилади і знаряддя для посилення комунікаційної діяльності. Додамо, що в ХХІ ст. соціально-комунікаційна діяльність стала врівень з такими формами буття людської цивілізації як пізнання та суспільна діяльність [12].

Намагання пов'язати комунікацію з інформацією стає причиною звернення інших авторів до поняття *комунікаційний процес*. В.М. Бебик, аналізуючи визначення комунікації, подає її модельний ряд майже за рівнями його розвитку комунікаційного процесу [13, 12-13, 24]. Взаємозв'язок між комунікацією та інформацією значною мірою в праці В.М. Бебика має оглядово-аналітичний характер, але вже це дозволяє нам встановити залежності між розумінням комунікації як процесу, комунікацією та інформацією як предметом цьо-

го процесу, між комунікацією та технологіями її здійснення, між комунікацією та моделями її відтворення в теоретико-концептуальному пізнанні. При цьому, В.М. Бебик розглядає комунікаційні канали як матеріальне підґрунтя соціальної комунікації й фактично ототожнює комунікаційний канал із засобом цілеспрямованої передачі інформації у процесі комунікаційної діяльності [13, 17]. Також він зауважує, що комунікаційний канал сприяє створенню (кодуванню), передачі й прийому (сприйняттю) інформації [там само]. Автор надає велике значення поняттю *інформація* при розгляді комунікації та відмічає, що різні види інформації по-різному використовуються та мають використовуватися в різних каналах комунікації, вибір яких диктується цілями комунікаційної взаємодії в суспільстві.

Ця низка визначень охоплює розуміння комунікації як взаємодії та обміну соціальною інформацією, як процес обміну продуктами психологічної діяльності, як обмін інформацією між складними динамічними системами, як процес, де інформація є тим, чим обмінюються суб'єкти комунікації. Це, у загальному вигляді, продовжує пояснення комунікаційного процесу через структурне представлення феномена *комунікація*. В цьому можна впевнитися, якщо звернутися до теми «моделі комунікацій», а також до положень західної комунікативістики, що підкреслює існування великої кількості моделей комунікації, які відображають структуру, елементи та динаміку процесу комунікації [5, 126].

До розгляду комунікації як процесу С. Квіт наводить думки Д. де Флера і Е. Деніса, які виділяють у комунікації кілька стадій: 1 – формування повідомлення комунікаторами; 2 – відправлення повідомлення за допомогою засобів соціальних комунікацій; 3 – поширення повідомлення з використанням різних каналів комунікації; 4 – інтерпретація значення повідомлення комунікантами; 5 – результат засвоєння значень повідомлення чи повідомлень, або прояв впливу [14, 11-12]. Принциповим висновком із роздумів С. Квіта про функціонування масових комунікацій є те, що в межах сучасної теорії соціальних комунікацій інформація може сприйматися як предмет, що використовується в процесі комунікаційної діяльності [14, 11]. Також автор порушує питання про наявність глобальної комунікації як медіапроцесу. Він теж виводить моделювання комунікацій із типового розмаїття, теоретико-концептуального моделювання та технологічних змін у передачі повідомлень в умовах інформатизації суспільства. Тому найбільш важливим для перспективи дослідження теми вважаємо зв'язок комунікаційного

процесу з комунікаційною діяльністю. В цьому контексті методологічно важливим є зауваження А.В. Соколова про те, що соціальна комунікація є соціально-комунікативним процесом [15, 14]. Автор розуміє комунікаційну діяльність як цілеспрямовані, ті, що здійснюються суб'єктами комунікації, комунікаційні процеси. На його думку, спілкування є формою комунікаційної діяльності, а комунікаційна діяльність представляє собою один із різновидів людської діяльності. Тобто, комунікаційна діяльність має типову для суспільної діяльності структуру: об'єкт, суб'єкт, мету, методи, засоби, операції [15, 18].

Додатковим підґрунтям для розвитку діяльнісних аспектів комунікаційних процесів слугують дослідження, проведені на базі різних соціально-комунікаційних підсистем. Вагомий внесок у розуміння процесу комунікації в соціально-комунікаційній діяльності на прикладі підсистеми масової комунікації робить В.В. Різун [16]. Зокрема, до технологічного процесу масово комунікаційного виробництва він відносить дії, операції, способи їхнього виконання, які й використовуються професійним комунікантом як процедура масового впливу [16, 155].

Комунікаційний процес виявляється об'єктом спеціалізованої суспільної діяльності, який на рівні своєї інституціональної організації доходить до рівня індустріального виробництва. Таке припущення не є вельми абстрактним, зважаючи на розвиток комунікаційної сфери інформаційного суспільства, і який надає нові факти для аналізу та узагальнень. Про це свідчать нові розробки моделей комунікації, що останнім часом значно поповнили модельний ряд комунікації з урахуванням ускладнення комунікаційного процесу в суспільстві за рахунок упровадження новітніх комунікаційних технологій і змінами характеристик його елементів. Крім того, слід згадати аналіз елементів комунікаційного процесу, що був проведений колективом авторів на основі змін соціокультурних умов комунікації інформаційного суспільства [6, 139-149].

Як з'ясувалося вище, цей процес набуває різних форм, видів, засобів здійснення, цілей, технологій та ін. Усе це добре ілюструють існуючі моделі комунікацій, а також класифікації комунікацій за різними ознаками.

Широка наукова база моделювання комунікаційного процесу створює необхідне підґрунтя для виявлення спільних етапів, фаз, алгоритмів відтворення комунікаційного процесу у виробничих соціально-комунікаційних системах різного призначення. Виявленню алгоритмів в комунікаційному процесі сприяють як теоретико-концептуальне

моделювання комунікаційного процесу, його відображення у змістовно-функціональному наповненні відносно різних сфер використання (журналістиці, бібліотечній, інформаційній, архівній сферах, у сферах зв'язків з громадськістю і т. ін.), так і практична сфера організації виробничого процесу в комунікаційних підсистемах суспільства. На нашу думку, до нового розуміння й алгоритмічного представлення комунікаційного процесу підходить Ф.І. Шарков, коли розглядає динамічну зміну етапів комунікаційного процесу та накреслює алгоритмічний вигляд комунікаційного процесу в рекламі [1, 72-77].

Це також відбиває потребу індустріального рівня, якого добігає суспільна соціально-комунікаційна система. Цей факт уже усвідомлений фахівцями та входить до наукового арсеналу галузі *соціальна комунікація*.

Оскільки структурні зв'язки в системі комунікації можуть виконувати роль актів, процесів, дій, операцій, то йдеться, власне, про способи репрезентації комунікативного процесу та його алгоритми. Більш широкі можливості алгоритмізації комунікаційного процесу відкриває хвильова модель дослідників зі США, що базується на послідовностях і зв'язках елементів комунікації [16, 222-223].

Таким чином, можна сказати, що загалом, у соціально-комунікаційному знанні складається ситуація, при якій дослідники вимушені вдаватися до використання понять *предмет комунікаційної діяльності, етапи комунікаційного процесу, операції, комунікаційне виробництво, комунікаційні технології*. Все це є наслідком становлення глобальної системи соціальних комунікацій.

Отже, дослідження комунікаційного процесу в об'єктно-предметному полі соціології, лінгвістики, філософії, інформатики, бібліотекознавства, теорії масових комунікацій, психології на сьогодні створили ґрунтовну базу для його розгляду з позицій методології більш високого рівня, до якої можна віднести методологію теорії соціальних комунікацій. Динамічний розвиток соціально-комунікаційних теоретичних гіпотез, узагальнень, аналітичних оглядів, інтегрування досягнень традиційних гуманітарних дисциплін дозволяють відокремити певні об'єкти, що становлять сутність нового наукового напрямку. Деякі протиріччя можна простежити в працях науковців, які займаються вивченням соціальних комунікацій саме в межах нового наукового напрямку.

По-перше, ми стикаємося з протиріччями метатеоретичного та спеціально наукового рівня дослідження соціальної комунікації. Якщо слідувати логіці В.О. Ільганаєвої та А.В. Соколова, то, на їхню думку, теорія соціальних комуніка-

цій об'єктивно формується як метатеорія відносно дисциплін, що традиційно вивчали феномени спілкування, інформаційного обміну в системах будь-якої природи [7, 17]. Сьогодні вона має необхідний дослідницький інструментарій, методологію, всі ознаки наукової теорії відповідно до свого об'єкта, що досяг свого інституціонального рівня розвитку [2]. І навпаки, за логікою В.П. Конецької і О.М. Холода, теорія соціальних комунікацій знаходиться на одному рівні з іншими науками, що вивчають комунікаційні явища, використовуючи при цьому свій науковий інструментарій і предмет досліджень [9, 18]. Подолання цього протиріччя можливе лише за умов подальшої розробки узагальнюючої концепції соціальних комунікацій, уточнення характеристик її системно-структурних складових, їхнього функціонального навантаження, типології, моделей тощо.

По-друге, все більше проявляється протиріччя між завзв'язким ставленням до комунікаційного процесу лише як до процесу обміну інформацією

або процесу мовлення і наявністю інших субстанціональних форм комунікаційної взаємодії між суб'єктами соціальної дії. На думку багатьох сучасних дослідників, комунікаційний процес не може бути зведеним до інформаційного обміну за допомогою вербальних або невербальних знакових засобів. Тобто, розгляд комунікаційного процесу в теорії соціальних комунікацій потребує більш високого рівня концептуалізації, ніж міжнаукові запозичення.

По-третє, зведення розгляду комунікаційного процесу до структурних елементів комунікації не відповідає діяльнісній сутності соціальної комунікації як окремого виду суспільної діяльності в цілому. Комунікаційний процес має розглядатися через виявлення загальних і спеціальних характеристик комунікаційної діяльності, визначення її основних ознак, принципів, закономірностей, технологій, результатів. Подолання всіх вищезначених протирічч слугуватиме формуванню узагальнюючих положень щодо метатеоретичного стану теорії соціальних комунікацій.

Використані джерела

1. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков. – М. : Издательский Дом «Социальные отношения», изд-во «Перспектива», 2002. – 246 с.
2. Ильганаева В.А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В.А. Ильганаева. – К. : КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2003. – 656 с.
4. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман. – М. : Логос, 2005. – 280 с.
5. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М. : МГУ, 1980. – 416 с.
6. Василик М.А. Основы теории коммуникации : учебник / М.А. Василик. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
7. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. / А.В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.
8. Різун В.В. Природа й структура комунікативного процесу / В.В. Різун // Наукові записки Інституту журналістики. – 2001. – Т. 2. – С. 17-37.
9. Конецкая В.П. Социология коммуникации : учебник / В.П. Конецкая. – М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
10. Бацевич Ф.С. Основы коммуникативной лингвистики : підручник / Ф.С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2005. – 344 с.
11. Партико З. Теорія масової інформації та комунікації / З. Партико. – Львів : ПАІС, 2008. – 290 с.
12. Ильганаева В.А. Социально-культурная динамика в социальной истории: трансформационные основания и тенденции / В.А. Ильганаева // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. – 2012. – №5. – С. 30-36.
13. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз : моногр. / В.М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.
14. Квіт С.М. Масові комунікації / С.М. Квіт. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – 251 с.
15. Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации / А.В. Соколов. – СПб. : СПбГУП, 1996. – 319 с.
16. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підруч. / В.В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
17. Ильганаева В.О. Теоретико-методологический синтез социально-коммуникативного знания / В.О. Ильганаева // Філософія спілкування: філософія, психологія, комунікація. – 2009. – №2. – С. 96-101.
18. Холод О.М. Соціальні комунікації: соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О.М. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – 391 с.