

УДК 316.77: 044.77: 331.54 (477)

І. С. Бондаренко

## ДО ПРОБЛЕМИ ТИПОЛОГІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті досліджено основні підходи до типологізації соціальнокомунікаційних технологій. Запропоновано авторську класифікацію СКТ.

**Ключові слова:** гуманітарна технологія, діалог, класифікація, комунікаційні технології, технологічна культура, типологія.

### I. Вступ

Типологічний підхід дає змогу досягнути певне соціальне явище як систему стійких та змінних компонентів, визначити його статус і значення в загальному суспільному контексті. Технологія є універсальною й водночас спеціалізованою моделлю розвитку професійної діяльності, яка докорінно змінила соціальне буття людини. В умовах розвитку інформаційного суспільства роль комунікаційних технологій є провідною, оскільки саме вони спрямовані на організацію соціального простору та часу, формування постійного діалогу між суспільними інститутами, створення комунікативної зони комфорту для кожного індивіда. Оскільки комунікація як універсальний, загальнодоступний соціокультурний феномен включена до всіх суспільних сфер, можемо стверджувати: техніки СКТ стають неодмінними частинами кожної із сукупної системи соціальних технологій. Тож розглянемо специфіку й типологію соціальних технологій як унікального алгоритму, процедури перетворювальної діяльності в усіх сферах соціальної практики: політики, державного управління, освіти, комунікації, мистецтва, виробництва.

Проблема типологізації соціальнокомунікаційних технологій є вкрай актуальною в сучасному науковому дискурсі, розв'язання якої уможливить комплексне та багатовекторне розуміння їх ролі в сучасних глобалізаційних процесах; визначаючи структурну модель кожної СКТ, дослідник, по суті, пропонує готовий алгоритм оптимізації певного суспільного проекту. Наразі не вироблено чіткої класифікації СКТ, що свідчить про наукові пошуки та процес накопичення методологічної бази. До питання типологізації соціальнокомунікаційних технологій зверталися В. Матвієнко, Н. Островська, Г. Почепцов, О. Холод.

### II. Постановка завдання

Мета статті – дослідити основні підходи до типологізації соціальнокомунікаційних технологій.

### III. Результати

Типологічний метод використано для порівняльного вивчення істотних ознак, функцій, відносин, рівнів організації різноманітних об'єктів. Типологія дає змогу відтворити конструкцію системи, визначити її закономірності, щоб спрогнозувати/передбачити результат ще невідомого процесу. Соціальнокомунікаційні технології є частиною системи соціальних технологій, розуміння сутності яких визначає основний контекст наукового аналізу СКТ.

Зважаючи на всю різноманітність наукових концепцій поняття “соціальна технологія”, розуміємо її як відтворювальну та адаптаційну практичну (духовно-матеріальну) діяльність професіоналів для оптимізації функціонування суспільства та гармонізації відносин індивіда з природним, технічним, комунікаційним, соціальним середовищем.

Ю. Сурмін, М. Туленков пропонують розглядати будь-яку СТ як своєрідний сутнісний конгломерат: вона одночасно виступає і соціальним інститутом з його нормативною системою, і соціальним процесом, що відбувається в декілька стадій, і соціальноперетворювальною діяльністю, спрямованою на певний соціальний об'єкт чи суб'єкт, і соціальною системою. На нашу думку, дослідники запропонували найбільш системну класифікацію соціальних технологій. Так, її першою диференційною ознакою Ю. Сурмін, М. Туленков назвали *тип соціального процесу*, визначивши економічні, екологічні власне соціальні, політичні, культурологічні, духовно-ідеологічні, інформаційні, управлінські, комплексні технології. *За масштабом об'єкта технологізації* вчені виокремили глобальні, континентальні, національні технології, технології оновлення суспільної системи, технології трансформації підсистем суспільства, технології трудової асоціації, технології людського капіталу. *За типом виконуваної функції* визначені пізнавальні, діагностичні, інформаційні, навчальні, ігрові, управлінські, миротворчі технології, технології протиборства. *За характером впливу* – формувальні, стимульні, стримувальні, де-

структивні технології. *За мірою жорсткості й здатності до саморозвитку* – жорсткі (детерміністські) технології, адаптивні (такі, що пристосовуються до змінних умов), технології, що постійно розвиваються. *За типом цільової орієнтації* – стратегічні, тактичні та оперативні технології [7].

Дослідники не виокремили в запропонованій системі соціальнокомунікаційні технології як кластерну групу, визначення сутності та типології яких залишається питанням дискусійним у сучасній науці. Зауважимо, що досі вживають як взаємозамінні терміни “комунікаційні технології” й “комунікативні технології”, хоча вони є семантично диференційними поняттями. Показовим є досить суперечливе з погляду змісту та типології СКТ твердження В. Матвієнка: “Комунікативні технології ХХ ст. стали індустріальними способами організації комунікативних процесів у суспільстві... До таких технологій [...] можна віднести пропагандистську, рекламну, політичну, переговорну, перформансну, “паблік рилейшнз” тощо” [5, с. 317].

Утім, термін “комунікативні технології” – активно вживана лексема в найновіших працях українських (В. Стоцький [6], О. Шарвардова [9], О. Швець [11]) та зарубіжних політологів (Е. Гайсіна [3], О. Висотіна [1]). Як соціально-комунікативні технології окреслює це явище і Д. Гавра, вказуючи: “Це така системно організована сукупність операцій, структур та процедур, що спирається на певний план (програму дій) та забезпечує досягнення мети соціального суб’єкта шляхом керованої соціальної комунікації” [2, с. 270].

Звичайно, практику використання слова “комунікативний” можна пояснити лінгвальними традиціями російської мови. Не можемо не звернути уваги на цікаву закономірність: російська наукова школа тлумачить цей феномен переважно в контексті політичної маніпуляції громадською думкою. Приміром, “...основною метою застосування соціально-комунікативних технологій є контроль над масовою свідомістю (управління, маніпулювання)” [1]; “...політико-комунікативні технології – [...] системний процес, що базується на використанні маркетингових (політичний PR, політична реклама, технології створення іміджу, директмаркетинг) та немаркетингових комунікацій (політична агітація, політична пропаганда) на всіх стадіях організації й виборчої кампанії, орієнтованих на маніпуляцію свідомістю та поведінкою аудиторії для досягнення комунікатором політичної мети й результатів” [3]. Д. Гавра, окреслюючи типологію “соціально-комунікативних технологій” на основі наявності зворотного зв’язку й характеру взаємодії суб’єктів комунікації, називає такі її складові: модель жорсткого маніпулювання (пропагандистська модель), модель інформування (журналістська модель), модель м’якого маніпулювання – асиметрична модель, дво-

стороння симетрична комунікативна технологія.

О. Холод також диференціює соціально-комунікаційні технології за базовим показником *маніпуляція*: соціально-комунікаційні технології мутації (СКТ додавання, СКТ модифікації, СКТ трансформації), соціально-комунікаційні технології інмутації (СКТ розбалансування, СКТ знищення, СКТ руйнування) [8].

Такий підхід, на нашу думку, значно обмежує простір інтерпретації та розуміння соціальнокомунікаційних технологій. Маніпуляція – це лише один із різновидів типології психологічного впливу, який стоїть поряд із техніками переконання, навіювання, самопросування, ігнорування, примусу, критики, емоційного зараження, прохання. Актуалізація однієї з технік або їх комплексу в ході реалізації певної СКТ залежить від багатьох зовнішніх чинників, зокрема від технологічної культури суспільства.

Важливим аспектом розуміння сутності та природи СКТ є їх дослідження в контексті гуманітарних технологій. У науковому дискурсі це поняття набуває різних дефініцій: новітній спосіб досягнення людиною власної автентичності через використання культурних кодів; режим самовиховання особистості через символічно-знакову систему; неавторитарний тип управління соціальними процесами через конструктивний суспільний діалог; “систематизація, співорганізація та впорядкування у просторі та часі компонентів цілеспрямованої колективної діяльності людей на основі сучасного гуманітарного знання” [4, с. 258].

Українська дослідниця В. Шамрай запропонувала класифікацію гуманітарних технологій як системи культурних практик (використання культурних кодів), що охоплюють усю сферу людської життєдіяльності, виокремивши п’ять основних типів: технології залучення, технології кваліфікації, технології управління, технології комунікації та технології “підкування про себе” [10, с. 58–59].

На нашу думку, проблему співвідношення поняття “соціальна технологія”, “гуманітарна технологія”, “комунікаційна технологія” можна репрезентувати так: соціальна технологія → гуманітарна технологія → комунікаційна технологія. По суті, цей ланцюг є відображенням категорій діалектичної логіки – абстрактного/цілого й конкретного, що вказують на відокремленість і цілісність у системному функціонуванні та розвитку явищ дійсності і її відтворенні в процесі пізнання.

Зважаючи на теоретичний аналіз досліджуваної проблеми, пропонуємо таке визначення поняття “соціальнокомунікаційна технологія” – це спеціалізована форма розвитку професійної комунікаційної діяльності, спрямована на інтеграцію (об’єднання, координацію) та відтворення (удосконалення, модернізацію) суспільства шляхом встановлення й

підтримки соціального контакту (діалогу)/взаємодії соціальнокомунікаційними продуктами (ресурсами) як виробничими результатами діяльності відповідних інститутів.

Зазначимо, СКТ працюють не лише на відтворення, а й на *створення* соціальних систем. Інформаційно-комунікаційні технології фактично створили глобальну технологічну інфраструктуру, змінивши фундаментальні соціальні форми людської цивілізації та людського буття.

Підкреслимо, будь-яка СКТ – це відкрита, динамічна, мобільна система, яка повсякчас може змінювати технічний арсенал впливу, інструментальний набір засобів та знарядь впливу для досягнення певного результату. СКТ, з одного боку, здатна трансформуватися під впливом зовнішніх чинників (економічних, культурних, політичних, етичних), з іншого – активно конструювати соціальну реальність (як приклад – створення віртуальної реальності).

Будь-яка соціальна технологія як певний спосіб перетворювальної результативної діяльності має структурну організацію, яку приблизно можна подати так: базові технологічні знання → доцільна спроектована технологічна діяльність → технологічні процеси як алгоритми певних процедур та операцій. Запропонована структура є універсальною матрицею реалізації будь-яких СТ, у тому числі й соціальнокомунікаційних технологій.

Зважаючи на наше розуміння природи та сутності СКТ, пропонуємо таку класифікацію соціальнокомунікаційних технологій:

– за сферою розповсюдження (беремо до уваги суспільні інститути та участь СКТ у їх інституалізації): *СКТ влади та держави*: пропаганда, політичний паблік рилейшнз, політична реклама, іміджмейкинг (створення іміджу країни на світовій арені, імідж партії, державних установ, імідж політичного лідера), медіарилейшнз, технології проведення перемовин, виборчі технології; до кластера СКТ влади та держави зараховуємо й технології ведення інформаційного протиборства – інформаційну агресію, інформаційний тероризм, інформаційну війну та інформаційну експансію; *СКТ економічних структур*: маркетингові технології, технології формування бренду, реклама, корпоративний медіарилейшнз; *СКТ освітньо-виховного процесу*: пропаганда, технології медіаосвіти, технології медіакультури; *СКТ релігії*: пропаганда, паблік рилейшнз; окремо маркуємо *технології створення віртуальної реальності*: інформаційно-комунікаційні технології;

– за функціональним показником і *інтегративні* (пропаганда), *деструктивні* (інформаційна агресія, інформаційний тероризм, інформаційна війна, інформаційна експансія), *презентативні* (іміджмейкинг країни та регіонів, реклама), *інтерактивні* – технології соціальної взаємодії (паблік рилейшнз, організація роботи прес-служб), *адаптаційні*

(персональний іміджмейкинг, паблік рилейшнз), *інформаційно-моделювальні* (спічрайтинг, спіндоктор), *технології діалогу/нейтралізації соціальних конфліктів* (технологія проведення перемовин, кризові технології);

– за об'єктом впливу: *технології формування громадської думки*: паблік рилейшнз, медіарилейшнз, виборчі технології, іміджмейкинг, спічрайтинг, спіндоктор, реклама; *технології формування масової свідомості* (останню розуміємо як сферу цінностей і морально-етичних норм, традицій, систему матеріальних і духовних потреб, прагнень та очікувань, політичні погляди й суспільні ідеали): пропаганда, технології медіаосвіти та медіакультури, інформаційно-комунікаційні технології, технології інформаційного протиборства (інформаційна війна, інформаційна експансія, інформаційний тероризм). Зрозуміло, що технології формування громадської думки й технології формування масової свідомості впливають на поведінку людини, а отже, поступово змінюють саме суспільство;

– за типом цільової орієнтації: *стратегічні* – пропаганда, технології медіаосвіти та медіакультури, технології інформаційного протиборства; *тактичні* – паблік рилейшнз, медіарилейшнз, виборчі технології, іміджмейкинг; *оперативні* – технології діалогу/нейтралізації соціальних конфліктів, технології подієвої комунікації (проведення брифінгів, прес-конференцій, круглих столів, офіційні звернення влади до народу, спічрайтинг).

#### IV. Висновки

Звичайно, запропонована типологізація СКТ вимагає подальшої розробки. Багатомірність феномена СКТ зумовлює поліматичність їх класифікації. Важливим є розуміння комунікаційних технологій не тільки як системних засобів маніпулятивного впливу, а як конструктивної творчої діяльності професіоналів, спрямованої на реалізацію позитивних змін у сфері комунікаційної взаємодії соціальних суб'єктів й інститутів, на відтворення безпечного інформаційного простору особи-суспільства-держави, на модернізацію дипломатичного діалогу між країнами в умовах глобалізації, на соціокультурну координацію й духовне об'єднання всіх членів суспільства.

#### Список використаної літератури

1. Высотина О. Н. Социально-коммуникативные технологии как фактор формирования политического лидера [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. соц. наук : 23.00.02 / О. Н. Высотина. – Санкт-Петербург, 2006. – Режим доступа: [www.lib.ua-ru.net/diss/cont/313929.html](http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/313929.html).
2. Гавра Д. Основы теории коммуникации. Стандарт третьего поколения : учеб. пособ. / Д. Гавра. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 288 с.

3. Гайсина Э. И. Политико-коммуникативные технологии в избирательной практике России и Франции (на примере президентских выборов 2007–2008 гг.) [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. ист. наук : 23.00.02 / Э. И. Гайсина. – Саратов, 2013. – Режим доступа: [http://www.sgu.ru/sites/default/files/dissnews/old/synopsis/avtoreferat\\_Gaysina\\_E.I.\\_5\\_0.pdf](http://www.sgu.ru/sites/default/files/dissnews/old/synopsis/avtoreferat_Gaysina_E.I._5_0.pdf).
4. Крупник С. Гуманитарные технологии / С. Крупник // Всемирная энциклопедия: Философия. – Москва : АСТ ; Минск : Харвест, 2001. – С. 257–259.
5. Матвієнко В. Я. Соціальні технології / В. Я. Матвієнко. – Київ : Українські пропілеї, 2001. – 446 с.
6. Стоцький В. В. Комунікативні технології у політичному дискурсі ЗМІ в Україні : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / В. В. Стоцький. – Одеса, 2010. – 20 с.
7. Сурмин Ю. П. Теория социальных технологий : учеб. пособ. / Ю. П. Сурмин, Н. В. Туленков. – Киев : МАУП, 2004. – 608 с.
8. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 213 с.
9. Шавардова О. Ю. Мова як засіб політичної комунікації : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / О. Ю. Шавардова. – Київ, 2013. – 16 с.
10. Шамрай В. Освіта в системі гуманітарних технологій / В. Шамрай // Філософія освіти. – 2013. – № 1 (12). – С. 44–60.
11. Швець О. В. Формування політичного іміджу України в міжнародному інформаційному просторі [Електронний ресурс] : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / О. В. Швець. – Київ, 2006. – Режим доступу: [disser.com.ua/content/252211.html](http://disser.com.ua/content/252211.html).

Стаття надійшла до редакції 12.09.2015.

**Бондаренко И. С. К проблеме типологизации социальнокоммуникационных технологий**

*В статье исследуются основные подходы к типологизации социальнокоммуникационных технологий. Предлагается авторская классификация СКТ.*

**Ключевые слова:** гуманитарная технология, диалог, классификация, коммуникационные технологии, технологическая культура, типология.

**Bondarenko I. The Problem of Typology of Sociocommunication Technologies**

*The article deals with the main approaches to typologization of sociocommunication technologies, author proposes SCT classification. Definition of sociocommunication technologies is represented as a specialized form of professional communication activities development, aimed at integration (unification, coordination) and recreation (improvement, modernization) of the society by establishing and maintaining social contact/interaction of sociocommunication products (resources) as relevant institutions production results.*

*The article deals with social communication technologies as a part of social technologies, understanding the essence of which determines the basic context of SCT scientific analysis. Classification of social communication technologies is proposed on the basis of the following typological features: the circulation sphere – state and government SCT, economic structures SCT, educational process SCT, religion SCT, virtual reality technology; by the functional indicator – integrative, destructive, representational, interactive, adaptive, information modeling, technology of dialogue/neutralization of social conflicts, by the object of influence: public opinion and mass consciousness formation technology; by the type of target orientation: strategic, tactical, operative.*

**Key words:** humanitarian technology, dialogue, classification, communication technologies, technological culture, typology.