

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ПІЗНАННЯ В МОДЕЛЯХ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ¹

Мета дослідження полягає у визначенні ролі процесів пізнання (когніції) у структурі моделей соціальних комунікацій. Для цього проведено аналіз 16 моделей соціальних комунікацій (соціальної комунікації), що становить основу циклу статей «Когніція в моделі соціальних комунікацій». У першій з них описано шість моделей соціальних комунікацій. За одержаними результатами визначено критерії створення кожної з них і здійснений пошук місця когніції як процесу в межах згаданих моделей.

Ключові слова: соціальні комунікації, сприйняття, ідентифікація, когніції, інтерпретація, трансформація, розуміння, верифікація, дискурс, корекція.

I. Вступ

Проблема, якій присвячена наша стаття, полягає в тому, що сьогодні дослідниками не встановлена роль процесів пізнання (когніції) у моделі соціальних комунікацій як процесу. Хоча поглиблене вивчення сформульованої проблеми відкриває шлях до нових питань (проблем), ми зупинимось на спробі вирішити початковий стан, що характеризується закінченням знання про предмет дослідження (когніцію) і початком незнання про нього (роль когніції в моделі соціальних комунікацій).

На наш погляд, треба виокремити три аспекти окресленої нами проблеми.

Перший аспект досліджуваної проблеми: без пізнання неможливі соціальні комунікації, отже, модель соціальних комунікацій спирається на процеси пізнання, або «сукупність психічних (ментальних, розумових) процесів – сприйняття, категоризації, мислення, мовлення та ін., що слугують обробці й переробці інформації» [6]. Якщо ж сьогодні невідомо, як саме когніція «впелетена», «вконструйована» в тканину соціальних комунікацій, значить потрібно вважати невідомим і те, яким чином пізнання покращує/погіршує процеси соціальних комунікацій.

Другий аспект досліджуваної проблеми: сьогодні, коли існує досить розмите уявлення про суть, функції та структуру моделі соціальних комунікацій, лише теоретично можна міркувати про те, яку роль процеси когніції відіграють у моделі соціальних комунікацій.

Третій аспект досліджуваної проблеми: зміст двох попередніх аспектів стимулює закономірне, на наш погляд, питання: «Чи потрібно взагалі розглядати процеси когніції в системі соціальних комунікацій?».

З огляду на згадані три аспекти досліджуваної проблеми ролі когніції в моделі соціальних комунікацій, нам варто звернутися до історії проблеми.

Історія проблеми

Виклад історії окресленої нами проблеми може спиратися лише на непрямі спроби вивчити як саму когніцію, так і її роль у процесах соціальних комунікацій.

Для початку визначимо терміни «когніція» та «моделі соціальних комунікацій». У розумінні терміна «когніція» ми далі в дослідженні будемо орієнтуватися на визначення І. Меркулова, який вважає, що когніцією треба називати «психологічний процес, за допомогою якого відбувається обробка інформації нашою свідомістю» [9, с. 364]. Доповнимо лише наведене визначення вказівкою на соціальний характер процесів когніції й будемо спиратися на розуміння терміна «когніція» в такому трактуванні: «психологічний процес, за допомогою якого відбувається обробка інформації нашою свідомістю» й подальша актуалізація обробленої свідомістю інформації в соціальних діях, взаємодіях і соціальних відносинах, спрямованих на перетворення навколишнього світу.

Запропоноване нами визначення терміна «когніція» базується на теорії діяльності О. Леонтєва, який у концептуальному ланцюгу «діяльність – дія – операція – психофізіологічні функції» розмежував «дію» та «діяльність» і мав на увазі під дією «процес, спрямований на реалізацію мети, яка може бути визначена як образ бажаного результату», під діяльністю –

¹ Пропонуємо до вашої уваги цикл статей «Когніція в моделі соціальних комунікацій». Продовження буде надруковано в наступних номерах журналу.

«специфічно людську активність, регульовану свідомістю, породжувану потребами та спрямовану на пізнання й перетворення зовнішнього світу й самої людини» [8].

Термін «модель соціальних комунікацій» трактуємо так: зменшена копія «інструментарію соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, впорядкування, трансляції, обміну, зберігання та вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві» [19, с. 37].

За нашими даними, дослідники раніше не вивчали ні суті, ні ролі когніції в моделі соціальних комунікацій у межах аналізу в науковій галузі «Соціальні комунікації». Така ситуація пояснюється декількома причинами, з-поміж яких достатньо назвати три основні. По-перше, досі в науковій галузі «Соціальні комунікації» не існує чітко структурованої моделі соціальних комунікацій. По-друге, у структурі описів окремих дослідників (наприклад, В. Ільганаєва [3–5], В. Горюхов [1], В. Корнєєв [7], В. Різун [13], Г. Почепцов [12], М. Хилько [18], О. Холод [22]) немає згадок про структурний елемент «когніція». По-третє, спроби дослідників визначити й сформулювати основні принципи побудови можливої моделі соціальних комунікацій базувалися, насамперед, на інформаційній, медіазнавчій і соціологічній платформах.

З огляду на здобутки наших попередників, ми дійшли висновку про те, що є об'єктивна необхідність створення моделі соціальних комунікацій за типом, наприклад, моделі інмутації О. Холода, моделі масової комунікації Г. Лассуела, синтетичної моделі масової комунікації Т. Гобан-Класа. До всього, результати нашого теоретичного дослідження доповнять існуюче уявлення про суть, структуру та функції моделі соціальних комунікацій, у структурі якої одне з ключових місць повинно бути відведено процесам розуміння (когніції).

II Постановка завдання

Мета дослідження полягає у визначенні ролі процесів пізнання (когніції) у структурі п'яти моделей соціальних комунікацій (моделі метатеорії соціальних комунікацій А. Соколова [15–17]; семіосоціопсихологічній моделі соціальних комунікацій Т. Дрідзе [2]; соціоінженірній моделі соціальних комунікацій В. Різун [13]; соціоінженірній моделі соціальних комунікацій О. Холода [19]; моделі місця соціальної комунікації В. Ільганаєвої [3–5]).

Нами була висунута *гіпотеза* про те, що побудова моделі соціальних комунікацій з урахуванням результатів досліджень, досягнутих у галузях «Психологія», «Соціологія» та «Соціальні комунікації», дасть змогу встановити суть, структуру й роль когніції (пізнання) у нашій оригінальній моделі соціальних комунікацій.

Виходячи з історії досліджуваної проблеми, ми визначили *об'єкт дослідження* – структура соціальних комунікацій як процес і *предметом* – визначення ролі процесів пізнання в структурі п'яти моделей соціальних комунікацій, згаданих у меті дослідження.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети ми звернулися до методів двох класифікацій [20]:

- класифікація 1 – за критерієм «наявність/відсутність практичного дослідження»;
- класифікація 2 – за критерієм «наявність/відсутність конкретної репрезентації знань».

Відповідно до класифікації 1 ми звернулися до таких двох груп: емпіричні методи (спостереження, опис) і теоретичні методи (аксіоматичний метод, гіпотетико-дедуктивний метод).

Спираючись на класифікацію 2, ми скористалися такими трьома групами методів: загальні (діалектичний метод), загальнонаукові (аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, індукція, дедукція, аналогія, моделювання та класифікація).

Методика (дослідницька процедура). Досягнення поставленої мети й доказ висунутої нами гіпотези визначили такі дослідницькі процедури:

- 1) аналіз наявних моделей соціальних комунікацій (соціальної комунікації) і виокремлення критеріїв їх створення;
- 2) класифікація аналізованих моделей соціальних(-ої) комунікацій(-ії);
- 3) пошук і формулювання критеріїв створення оригінальної моделі соціальних комунікацій;
- 4) графічне виконання оригінальної моделі соціальних комунікацій;
- 5) виокремлення в структурі створеної моделі соціальних комунікацій суті, місця й ролі когніції як системи процесів розуміння.

III. Результати

Відповідно до першої дослідницької процедури нам необхідно було провести аналіз наявних моделей соціальних комунікацій та виокремити критерії створення оригінальної моделі соціальних комунікацій.

У нинішніх англо-, російсько- та україномовних джерелах ми виявили 20 таких моделей соціальних комунікацій (соціальної комунікації):

- 1) метатеорія соціальних комунікацій А. Соколова [15–17];
- 2) семіосоціопсихологічна модель соціальних комунікацій Т. Дрідзе [2];
- 3) соціоінженірна модель соціальних комунікацій В. Різун [13];
- 4) соціоінженірна модель соціальних комунікацій О. Холода [19];
- 5) модель місця соціальної комунікації В. Ільганаєвої [3–5];

- 6) модель етології соціальної комунікації Лісабонської школи [32];
- 7) модель Торонтської школи соціальних комунікацій [29];
- 8) соціальнокомунікаційна модель болю в теорії К. Крейга [30];
- 9) трансцендентна модель соціальної комунікації Н. Палашева [10];
- 10) модель SCERTS Б. Прайзента [31];
- 11) модель соціально-комунікативної компетентності [26; 28];
- 12) модель соціальної комунікації Б. Кук [27];
- 13) комплексна модель соціальних комунікацій [25];
- 14) модель розладів соціальної комунікації [24; 33];
- 15) інтердисциплінарна модель соціальної комунікації Ю. Подгурецьки [11];
- 16) модель методології вивчення соціальної комунікації Ф. Шаркова [23].

Далі в стислому вигляді опишемо й схематично відобразимо суть кожної з названих моделей соціальних комунікацій (соціальної комунікації) і виокремимо основні критерії для створення оригінальної власної моделі соціальних комунікацій.

Метатеорія соціальних комунікацій А. Соколова [15–17] має авторське графічне зображення (рис. 1).

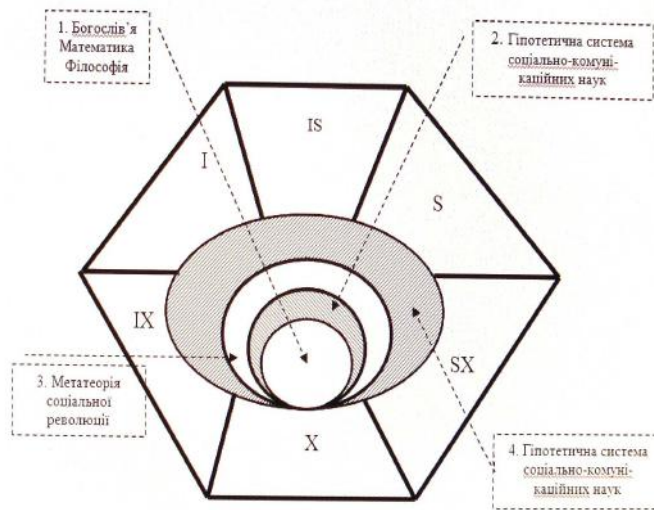


Рис. 1. Метатеорія соціальних комунікацій А. Соколова [15–17]: X – природні науки; Y – узагальнювальні науки; I – людинознавчі науки; S – громадські науки; IX – біогуманітарний підкомплекс (медицина, фізіологія людини; біологічна антропологія, що вивчає біологічну еволюцію хомо сапієнс; етнопсихологія, психогенетика); IS – культурознавчий підкомплекс (культурологія, соціологія культури, історія культури, археологія, семіотика; етнологія, або соціальна антропологія; книгознавство, теорія масової комунікації, бібліотекознавство й інші прикладні науки про документну комунікацію); SX – технічний підкомплекс (автоматика, обчислювальна техніка, інформатика, радіотехніка, телебачення, телефонія, телеграф, радіолокація, радіонавігація, поліграфічна техніка)

Наш аналіз графічного зображення метамоделі соціальної комунікації А. Соколова дав змогу виокремити в ній такі критерії для її побудови:

- 1) диференціація галузей знань (і наук зокрема) на комплекси й підкомплекси, які є платформою для функціонування соціальної комунікації;
- 2) ієрархічна нелінійна побудова елементів моделі;
- 3) виокремлення в схемі гіпотетичних і реальних складових;
- 4) символічне й вербальне номінування структурних складових моделі;
- 5) використання шрифту Times New Roman у системі шрифтів програми Microsoft Word OS Windows 2007 XP.

Семіосоціопсихологічна модель соціальних комунікацій Т. Дрідзе [2] у нашій інтерпретації має такий графічний вигляд (рис. 2).

Підбиваючи підсумки щодо семіосоціопсихологічної теорії комунікації Т. Дрідзе та спираючись на їхню інтерпретацію фахівцями, варто записати кілька пунктів висновків.

1. Семіосоціопсихологія – це «наука про процеси функціонування текстів у суспільстві» [2].
2. Семіосоціопсихологія вивчає мотиваційно-цільові структури текстів (комунікаційних актів), «дає змогу входити в широкий контекст людино-середовищних взаємодій» [2] (соціальні комунікації).
3. Семіосоціопсихологія аналізує людину як «активного суб'єкта діяльності, який не тільки пізнає, а й створює навколишній світ, вступаючи в комунікативні взаємодії» [2].
4. Текст є «цілісна ієрархічна змістовно-сміслова структура, об'єднана задумом авторської інтенції» [2].



Рис. 2. Семіосоціопсихологічна модель соціальних комунікацій Т. Дрідзе [2]

5. Інформативно-цільовий метод (мотиваційно-цільовий аналіз) слугує оцінкою «конкретного тексту з погляду його первинної та вторинної інформативності» [2].

6. На думку Т. Дрідзе, «для первинної інформативності характерна не абсолютна кількість інформації в тексті, а лише та її частина, яка стає надбанням сприйняття людини». Автор пояснює: «Первинна інформативність описує потенційну здатність конкретного тексту донести задум, основний комунікативний намір автора до споживача» [2].

7. Дослідниця вважає, що інтенціональний (мотиваційно-цільовий) аналіз «орієнтований на властивість їх вторинної інформативності» [2]. Така властивість «допускає багатофункціональну інтерпретацію змісту тексту» [2]. Саме тому, за твердженням Т. Дрідзе, користувач, звертаючись до тексту, «далеко не завжди отримує ту інформацію, яка відображає комунікативний намір автора», і як результат виникають «сміслові ножиці» [2].

Автор інтенціонального (мотиваційно-цільового) аналізу пропонує враховувати такі вимоги до здійснення процедури:

- «кожна попередня синтаксема повинна бути логічно пов'язана з наступною» [2];
- «кожне службове слово має створювати із смисловим словом повноцінний смисловий вузол» [2];
- «кожна нова синтаксеми випикується з великої літери, з нового рядка, кодується порядковим номером» [2].

Наше графічне зображення метамоделі соціальної комунікації Т. Дрідзе дало змогу виокремити в ній такі критерії:

- 1) лінійно-ієрархічна побудова моделі;
- 2) вербальне номінування складників моделі;
- 3) площинне зображення з нашаруванням графічних елементів;
- 4) наявність стрілок у графічному зображенні діяльності людини;
- 5) використання різного ступеня жирності шрифту;
- 6) використання шрифту Calibri в системі шрифтів програми Microsoft Word OC Windows 2007 XP.

Соціоінженірної моделі соціальних комунікацій і, тим більше, її графічного виконання, В. Різун [13] не запропонував. Далі ми у своїй суб'єктивній манері, лише в робочому порядку, пропонуємо графічне зображення ідей В. Різун (рис. 3).

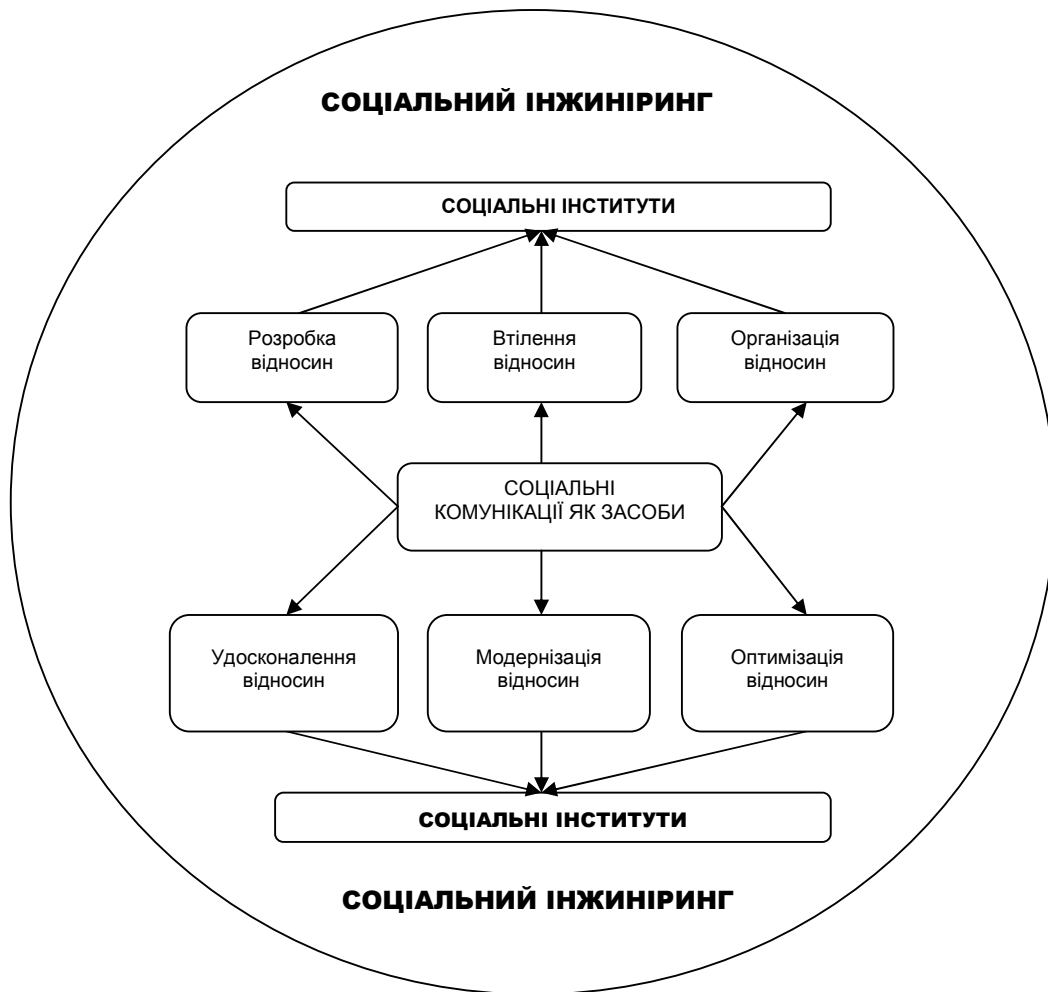


Рис. 3. Соціоінженірна модель соціальних комунікацій В. Різун [13]
(у графічному тлумаченні О. Холода)

В. Різун запропонував розглядати соціальні комунікації як «таку систему соціальної взаємодії, яка включає певні шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності» [13]. На думку автора, така діяльність «спрямована на розробку, виробництво, організацію, вдосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами» [13]. В. Різун зазначає, що, «з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» [13]. Дослідник вважає, що згадані ним комунікації «соціально марковані, тому передбачають взаємодію із соціально визначеними групами людей» [13]. В. Різун переконаний у тому, що «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування і все, що використовується для організації суспільно комунікаційного справи» [13].

У праці «Нариси до методології досліджень соціальних комунікацій» В. Різун розставляє акценти й розглядає такі ключові питання.

1. Соціальні комунікації слід вивчати як практичну справу, що відноситься до «сфери соціальної інженерії (соціального інжинірингу)» [13].

2. Соціальні комунікації необхідно розглядати як засоби ефективного зв'язку між соціальними інститутами.

3. Проектування й впровадження соціальних комунікацій є «справою соціального інжинірингу» [13].

4. Соціальні комунікації штучно створені, «науково визначені шляхи, способи, засоби, принципи взаємодії, що утворюють комунікаційні мережі, призначені для забезпечення зв'язків у суспільстві» [13].

5. Соціальні комунікації є працею, що має «виробничо-технологічні форми», які передбачають наявність «комунікаційної індустрії в державі й на міждержавному рівні» [13]. Така індустрія, на думку В. Різун, «тягне за собою підготовку кадрів, організацію умов праці, передбачає менеджмент комунікаційної діяльності, а також розвиток системи професійних знань про цю справу» [13].

6. В. Різун вважає, що слід визнати соціальноінженірне вчення про «налагодження соціальних комунікацій, тобто наявність соціальнокомунікаційної справи» [13].

7. Соціальні комунікації включені в соціальну інженірію.

8. Соціальні комунікації не є науками про комунікації, але про «історію (виникнення й розвиток) вчення про соціальні комунікації, значення того виду соціальноінженірної справи, яке ми й назвали соціальнокомунікаційним». Соціальні комунікації є науками про «власне соціальні комунікації як продукти соціальнокомунікаційної справи» [13].

9. На думку В. Різун, соціальні комунікації мають можливість вивчати цілий перелік об'єктів. До таких автор відносить одинадцять, шість із яких наведено далі: «комунікаційна діяльність соціальних інститутів і форми, і види інституціалізації комунікаційної діяльності соціальних інститутів»; «Соціальнокомунікаційні системи (мережі), їх функціонування, особливості, розвиток, оптимізація, модернізація»; «Соціальнокомунікаційний продукт, його форми і види»; «Технології виготовлення, зберігання та дистрибуції соціальнокомунікаційного продукту»; «Засоби соціальної комунікації»; «Форми й методи модернізації та оптимізації соціальнокомунікаційної справи» [13].

10. Соціальні комунікації, упевнений В. Різун, потрібно вважати зряддям, і підтверджує свою позицію думкою О. Леонтєва, який зазначав, що «мова не заповнює собою всього “діяльниного” акту» [8].

11. Науки про соціальні комунікації не можуть функціонувати, заявляє з упевненістю В. Різун, без «даних сучасної загальної, спеціальної, теоретичної та прикладної комунікативістики» [13].

12. На думку В. Різун, соціальнокомунікаційна інженірія і науки про неї потребують зараз систематизації знань. До всього, між комунікативістикою й соціальними комунікаціями є плутанина в поняттях і термінах, які їх позначають [13].

Аналіз соціоінженірної моделі соціальних комунікацій, положення якої ми визначили в концепції В. Різун, дали змогу виокремити критерії побудови такої моделі:

- 1) диференціація процесів, які реалізуються в соціальних відносинах;
- 2) деталізація видів соціальних відносин;
- 3) налагодження зв'язку між соціальними інститутами за допомогою різних видів (способів) соціальних відносин;
- 4) декларація прямої залежності соціальних комунікацій та соціального інжинірингу;
- 5) використання лінійної схеми для створення моделі;
- 6) наявність стрілок у графічному зображенні реалізації зв'язку видів соціальних відносин із соціальними інститутами;
- 7) використання шрифту Calibri в системі шрифтів програми Microsoft Word OC Windows 2007 XP.

О. Холод в соціоінженірній моделі соціальних комунікацій [21] визначає соціальні комунікації як інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, зберігання та вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві.

У 2011 р. О. Холод пропонує трактувати наукову галузь «Соціальні комунікації» (комтека – комунікаційна тека, або папка) як «область знань, організаційно впорядковану систему документів, їх масив, продукти засобів масової комунікації та інформаційних технологій, що забезпечують реалізацію інформаційних процесів і цілей при безпосередній участі членів комунікаційного процесу» [22].

У 2013 р. на базі створеної теорії інмутації суспільства О. Холод пропонує розглядати комунікаційні технології як комплекси-дії, які спрямовані на зміну моделей поведінки в ході соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин за наявності обміну інформацією між комунікатором і комунікантом.

У 2017 р. О. Холод запропонував трактувати соціальні комунікації як інструментарій соціальної інженірії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, зберігання та вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві (рис. 4).

Аналіз соціоінженірної моделі соціальних комунікацій О. Холода дав змогу виокремити такі критерії побудови моделі:

- 1) вказівка на ієрархічну підпорядкованість комунікаційних технологій соціальних комунікацій, які, у свою чергу, підпорядковуються соціальному інжинірингу;
- 2) диференціація на три види зв'язку (соціальна дія, соціальна взаємодія та соціальні відносини) між комунікаційними технологіями, соціальними комунікаціями й соціальним інжинірингом;
- 3) виокремлення шести груп комунікаційних технологій, за допомогою яких відбувається реалізація соціальних комунікацій як виду соціальної інженірії;
- 4) використання лінійно-ієрархічної схеми для створення моделі;
- 5) наявність стрілок у графічному зображенні реалізації зв'язку між комунікаційними технологіями, соціальними комунікаціями й соціальним інжинірингом;
- 6) використання шрифту Calibri в системі шрифтів програми Microsoft Word OC Windows 2007 XP.

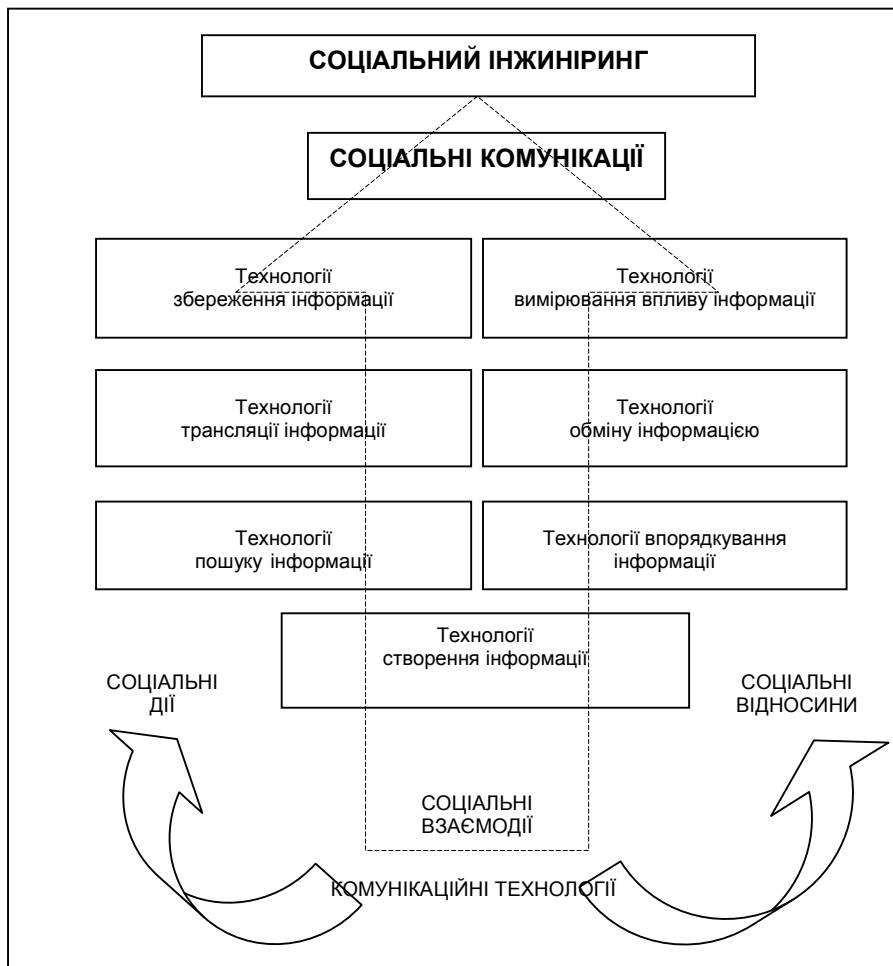


Рис. 4. Соціоінжинірна модель соціальних комунікацій О. Холода

Ще у 2009 р. В. Ільганаєва запропонувала модель соціальної комунікації [4]. У 1996 р. дослідниця видала монографію «Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку», у якій детально виклала своє бачення об'єкта вивчення й методологічної суті соціальних комунікацій.

В. Ільганаєва є автором-упорядником першого в Україні словника-довідника «Соціальні комунікації» (2009). Низка положень, висловлених в авторських статтях і розділах у колективних монографіях, дала нам змогу графічно відобразити бачення автора місця й ролі соціальних комунікацій серед інших наук і галузей знань (рис. 5).

В основу концепції соціальних комунікацій (соціальні комунікації як складова теорії комунікації) В. Ільганаєва кладе буття людини, яке базується на суспільстві як комунікаційній єдності. Останнє спирається на культурогенез і цивілізаційний розвиток людства й комунікаційну діяльність людини в суспільстві.

Структуру комунікаційного знання, на думку В. Ільганаєвої, становлять три рівні:

- 1) загальна теорія комунікації;
- 2) загальна теорія біологічної комунікації і загальна теорія соціальної комунікації;
- 3) теорія видових і міжвидових комунікацій і окремі комунікативні теорії.

Необхідно зазначити, що поки, за словами В. Ільганаєвої, не існує чіткої теорії соціальної комунікації. Дослідниця констатує, що також відсутня й теорія видових і міжвидових комунікацій, розпорошені знання окремих комунікативних теорій.

Аналіз моделі місця соціальних комунікацій В. Ільганаєвої дав нам змогу виокремити критерії побудови такої моделі:

- 1) включеність соціальної комунікації в ієрархічну модель буття людини;
- 2) визначення трьох рівнів комунікаційного знання (суспільство як комунікаційна єдність; загальна теорія комунікації, культурогенезу й цивілізаційний розвиток людства);
- 3) визначення місця соціальної комунікації на третьому рівні комунікаційної діяльності людини в суспільстві;
- 4) використання лінійно-ієрархічної схеми для створення моделі;
- 5) наявність стрілок у графічному зображенні реалізації зв'язку між комунікаційними технологіями, соціальними комунікаціями й соціальним інжинірингом;
- 6) використання шрифту Calibri в системі шрифтів програми Microsoft Word OC Windows 2007 XP.



Рис. 5. Соціальна комунікація в системі знань и структура комунікаційного знання [4]

У 2014 р. з'явилися теоретичні положення етології соціальної комунікації Лісабонської школи [32]. Спираючись на нечітке трактування згаданих положень, ми їх сформуваємо в графічному зображенні у вигляді ієрархічної лінійної моделі (рис. 6).

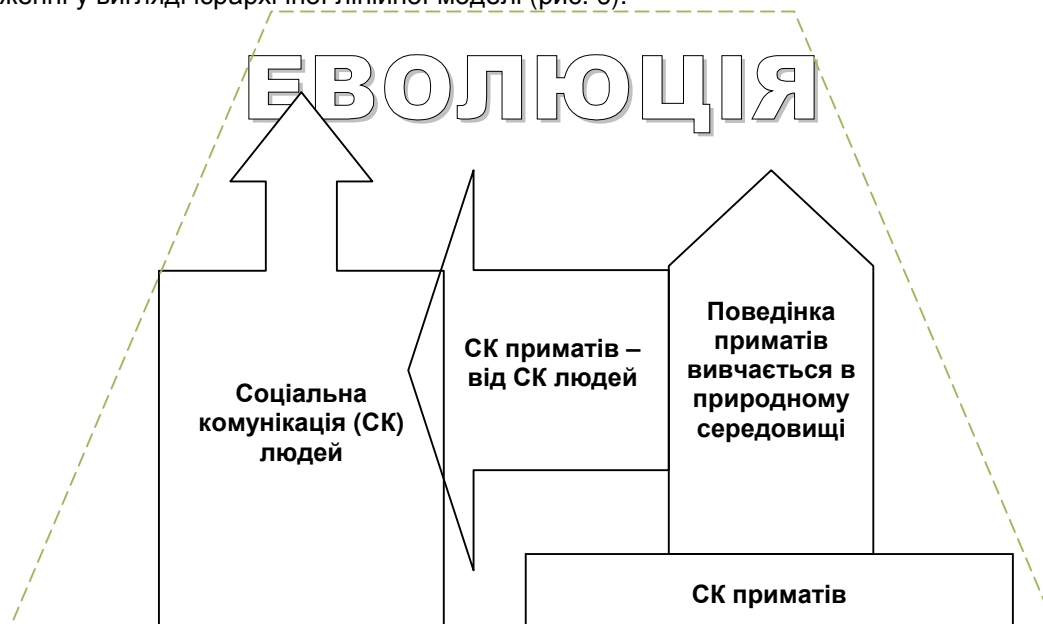


Рис. 6. Модель етології соціальної комунікації Лісабонської школи [32] (у графічному тлумаченні О. Холода)

Праці португальських дослідників Марко Піна (Marco Pina) і Наталі Гонт'є (Nathalie Gontier), їх редакторські зусилля зі створення книг, спрямованих на висвітлення результатів досліджень у

галузі соціальної комунікації, їх власні дослідження й досвід, ми називаємо *Лісабонською науковою школою з вивчення соціальних комунікацій*.

Ідеї, висловлені в працях дослідників Лісабонської школи соціальної комунікації, мають такі особливості:

1) запропоновано розглядати соціальну комунікацію крізь призму етології, або детального вивчення поведінки тварин у природному середовищі;

2) соціальна комунікація тварин є видом соціальної комунікації людей;

3) соціальна комунікація тварин еволюціонувала так само, як і соціальна комунікація людей.

Аналіз моделі етології соціальної комунікації Лісабонської школи дав змогу виокремити критерії побудови такої моделі:

1) вказівка на ключову роль еволюції в процесах реалізації соціальної комунікації;

2) вказівка на приватний характер соціальної комунікації приматів щодо загального характеру соціальної комунікації людей;

3) декларація об'єктивної необхідності вивчення соціальної комунікації приматів як виду соціальної комунікації людей;

4) використання лінійної моделі;

5) наявність стрілок у графічному зображенні реалізації зв'язку між комунікаційними технологіями, соціальними комунікаціями й соціальним інжинірингом;

6) використання шрифту Calibri в системі шрифтів програми Microsoft Word ОС Windows 2007 XP.

IV. Висновки

На початку дослідження ми сформулювали його мету: визначити роль процесів пізнання (когніції) у структурі п'яти моделей соціальних комунікацій (моделі метатеорії соціальних комунікацій А. Соколова [15–17]; семіосоціопсихологічній моделі соціальних комунікацій Т. Дридзе [2]; соціоінжинірній моделі соціальних комунікацій В. Різуна [13]; соціоінжинірній моделі соціальних комунікацій О. Холода [19]; моделі місця соціальної комунікації В. Ільганаєвої [3–5]). Поставлена мета була досягнута не повною мірою.

Також нами була висунута гіпотеза про те, що побудова моделі соціальних комунікацій з урахуванням результатів досліджень, досягнутих у галузях «Психологія», «Соціологія» та «Соціальні комунікації», дасть змогу встановити суть, структуру й роль когніції (пізнання) у нашій оригінальній моделі соціальних комунікацій. Висунута гіпотеза також була частково доведена. Зокрема, нами було встановлено, що:

1) у кожній з п'яти аналізованих нами моделей у структурі відсутній елемент «когніція»;

2) це свідчить про те, що автори п'яти аналізованих нами моделей не враховують її як можливий структурний елемент.

Перспективи подальших досліджень полягають у додатковому вивченні моделей соціальних комунікацій на предмет пошуку в них такого елемента, як «когніція» («пізнання»). Із цією метою необхідно ініціювати науковий пошук графічних зображень існуючих моделей соціальних комунікацій та здійснення кількісного аналізу в ході ідентифікації структурного елемента «когніція» в згаданих моделях.

Подяки. Дякуємо доктору філологічних наук, професору Володимирі Володимировичу Різуна за своєчасне уточнення власного визначення соціальних комунікацій. Висловлюємо подяку редакційній колегії наукового журналу «Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації» за поради щодо оформлення тексту нашої статті.

Список використаної літератури

1. Горюхов В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського ; наук. ред. Л. А. Дубровіна. Київ, 2010. 230 с.
2. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии. *Общественные науки и современность*. 1996. № 3. С. 145–155.
3. Ільганаєва В. О. Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації. *Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація*. 2009. № 1. С. 60–67.
4. Ільганаєва В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник. Харьков, 2009. 392 с.
5. Ільганаєва В. О. Соціальні комунікації: сфера практичної діяльності й об'єкт теоретизації. *Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань* : матер. міжнар. наук. конф., 26–27 лют. 2009 р. Харків, 2009. Ч. 1. С. 8–10.
6. Когніція. URL: <https://vocabulary.ru/termin/kognicija.html/>
7. Корнєєв В. М. Соціальнокомунікаційний підхід в українській науці : дис. ... д-ра наук із соц. ком. : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2017. 450 с.
8. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. 2-е изд. Москва, 1977. 304 с.
9. Меркулов И. П. Когнитивная наука. *Энциклопедия эпистемологии и философии науки* / сост. и общ. ред. И. Т. Касавин. Москва, 2009. С. 364–365.
10. Палашев Н. 2015. Социальная коммуникация : монографія. URL: <http://www.slovo.bg/-showwork.php?AulD=475&WorkID=16927&Level=1>.

11. Подгурецки Ю. Социальная коммуникация. Москва, 2006. 160 с.
12. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології. *Комунікація*. 2010. № 1. С. 19–26.
13. Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або Соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії). *Комунікація*. 2012. № 2. С. 8–18.
14. Смирнов И. Н., Титов В. Ф. Философия : учеб. для студ. высш. учеб. завед. 2-е изд., испр. и доп. Москва, 1998. 288 с.
15. Соколов А. В. Введение в теорию социальной коммуникации : учеб. пособ. Санкт-Петербург, 1996. 319 с.
16. Соколов А. В. Метатеория социальной коммуникации / Рос. нац. б-ка. Санкт-Петербург, 2001. 352 с.
17. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. Санкт-Петербург, 2002. 461 с.
18. Хилько М. Деякі методологічні проблеми дослідження соціальнокомунікаційних технологій в українській науковій думці. *Освіта регіону: політологія, соціологія, комунікація*. 2014. Вип. 1–2. С. 70–76.
19. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. Київ, 2017. С. 37.
20. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій : підручник. Львів, 2014. 280 с.
21. Холод О. М. Соціальнокомунікаційний інжиніринг як методологія дослідження соціальних комунікацій. *Світ соціальних комунікацій*. 2012. Т. 8. С. 7–12.
22. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. 2-ге вид., доп. і перероб. Львів, 2011. 288 с.
23. Шарков Ф. И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации. *Социс*. 2001. № 8. С. 52–61.
24. Adams C. Social communication intervention for school-age children: Rationale and description. *Seminars in Speech and Language*. 2005. № 26 (3). P. 181–188.
25. American Speech-Language-Hearing Association Guidelines for the roles and responsibilities of school-based speech-language pathologists. Rockville, 2000.
26. Campbell P., Siperstein G. Improving social competence: a resource for elementary school teachers. Needham heights, MA: Allyn & Bacon, Simon & Schuster Education Group, 1994.
27. Cook B. What is Social Communication? 2016. URL: <https://www.southernct.edu/academics/schools/education/asd-center/Social%20Communication%20final%202016-13-13.pdf>.
28. Crick N., Dodge K. A review and reformulation of social information-processing mechanisms in children's social adjustment. *Psychological Bulletin*. 1994. № 115. P. 75–104.
29. Hanen centre. URL: <http://www.hanen.org/Home.aspx>.
30. Hadjistavropoulos T, Craig K. D. A theoretical framework for understanding self-report and observational measures of pain: a communications model. *Behav Res Ther*. 2002. № 40. P. 551–70.
31. Prizant B. M., Wetherby A., Rubin E., Rydell P., Laurent A.. THE SCERTS Model: A family-centered, transactional approach to enhancing communication and socioemotional abilities of young children with ASD. *Infants and young children*. 2003. № 16. P. 296–316.
32. The Evolution of Social Communication in Primates: A Multidisciplinary Approach 2014 / ed.: Marco Pina, Nathalie Gontier, Lisabon, Springer, 2014. 326 p.
33. Westby C., Burda A., Mehta Z. Asking the right questions in the right ways: Strategies for ethnographic interviewing. *The ASHA Leader*. 2003. April 29. URL: www.asha.org/Publications/leader/2003/030429/f030429b/.

Стаття надійшла до редакції 05.06.2017.

Холод А. М. Идентификация процессов познания в моделях социальных коммуникаций

Цель исследования заключается в определении роли процессов познания (когниции) в структуре моделей социальных коммуникаций. Для этого был проведен анализ 16 моделей социальных коммуникаций (социальной коммуникации), что стало основой цикла статей «Когниция в модели социальных коммуникаций». В первой из них проанализированы шесть моделей социальных коммуникаций. По результатам анализа определены критерии создания каждой из них и осуществлен поиск места когниции процесса в рамках упомянутых моделей.

Ключевые слова: социальные коммуникации, восприятие, идентификация, когниции, интерпретация, трансформация, понимание, верификация, дискурс, коррекция.

Kholod O. Identification of Cognition Processes in Models of Social Communications

The research problem: today there is a vague idea of the nature, functions and structure of the model of social communications, so only theoretically one can talk about the role that cognition processes play in the model of social communications.

The aim of the research is to determine the role of cognition processes in the structure of social communication models. For this purpose, 16 models of social communications (social communication) and their classification were analyzed.

Conclusions. At the beginning of the study, we formulated its goal: to determine the role of cognition processes in the structure of social communication models. The goal was achieved.

We also put forward the hypothesis that the construction of a model of social communications, taking into account the results of research in the fields of Psychology, Sociology and Social Communications, will establish the essence, structure and role of cognition in the model of social communications. The hypothesis was also proved. In particular, we found that:

1) the essence of cognition in the model of social communications should be considered «the process of obtaining new knowledge by man, the discovery of an unknown earlier», with the goal of identification, modeling and verification of world transformation scenarios;

2) the structure of the model of social communications form such seven interrelated elements: perception, identification, cognition, interpretation, transformation, understanding, verification;

3) the listed seven interrelated elements of the model of social communications are determined and determined by two global elements, namely: «discourse» and «correction»;

4) the role of cognition as an element of the model of social communications is defined as key, since without knowing the subject of communication, social communication becomes impossible.

Key words: social communications, perception, identification, cognition, interpretation, transformation, understanding, verification, discourse, correction.