

## Трансформація соціальних комунікацій в інформаційній сфері

**Білан Н. І.,**  
доц., канд. філол. наук

*У статті йдеться про трансформацію соціальних комунікацій в інформаційній сфері. Охарактеризовано соціальні комунікації, які набувають нових ознак, рис і можливостей. Соціально-комунікаційна діяльність розглядається як основна умова існування та розвитку суспільства. Соціальні комунікації аналізуються як базовий компонент інформаційного виробництва, як важливий чинник розвитку будь-якої галузі знань та сфери суспільного життя. Соціальні комунікації в інформаційній сфері виникають у процесі людської діяльності, відображають їхню соціальну значимість. Інтернет став підґрунтям для розвитку нових моделей соціальних комунікацій.*

**Ключові слова:** інформаційна сфера, соціальні комунікації, інформаційне суспільство, інтернет.

### Transformations of social communications in information sphere

**Bilan Nadiia,**  
Docent, Candidate  
of Philological Sciences

*The article presents transformations of social communications in information sphere. The author characterizes social communications which has got new features and capabilities. The social and communicative activity is represented as the main condition of society's existence and development. Social communications are characterized as a basic component of information production and as an important factor of any field of knowledge and sphere of social life. Social communications in information sphere appear in human activities process, and they reflect their social significance. Internet has become a basis for development of new social communications models.*

**Keywords:** information sphere, social communications, information society, Internet.

### Трансформация социальных коммуникаций в информационной сфере

**Билан Н. И.,**  
доц., канд. филол. наук

*В статье говорится о трансформации социальных коммуникаций в информационной сфере. Автор характеризует социальные коммуникации, которые обретают новые признаки, черты, возможности. Социально-коммуникационная деятельность рассматривается как основное условие существования и развития общества. Социальные коммуникации анализируются как базовый компонент информационного производства, как важный фактор развития любой отрасли знаний и сферы общественной жизни. Социальные коммуникации информационной сферы возникают в процессе человеческой деятельности, отражают их социальную значимость. Интернет стал основой для развития новых моделей социальных коммуникаций.*

**Ключевые слова:** информационная сфера, социальные коммуникации, информационное общество, интернет.



Вступ. Найактуальнішими поняттями на початку XXI ст. стали інформація та комунікація. Глобальні зміни в економіці виявили тенденцію до перерозподілу суспільного багатства з сфери індустріальної до сфери інформаційної і дали підставу говорити про прихід інформаційного суспільства. Темпи суспільного розвитку, його інформаційна складова роблять особливо актуальними дослідження в галузі інформації, соціальних комунікацій і вивчення прогнозів як нинішнього стану суспільства, так і перспектив його розвитку [1].

Наукові дослідження з теорії і практики соціальних комунікацій в зарубіжній і вітчизняній науковій думці представлені працями В. Бадда, В. Бебика, Л. Бейкера, Ю. Буданцева, С. Верби, Л. Верецької, О. Гнатюк, К. Глубоченко, І. Девтерова, В. Демченка, Н. Дніпренко, В. Іванова, О. Зернецької, Н. Зражевської, Т. Колесникової, Н. Костенко, О. Курбана, Г. Лассуелла, А. Леонтьєва, Є. Макаренко, Е. Масуди, Г. Почепцова, В. Різуна, Є. Романенка, В. Сметани, А. Соколова, О. Холода, А. Шелестової, А. Широканової, В. Шкляра та ін.

Вітчизняний науковець Г. Почепцов умовно розподіляє науки, які займаються вивченням соціальних комунікацій на п'ять підходів: традиційний; загальнотеоретичний; прикладний; філологічний; психологічний і соціологічний підходи [2]. Науковий дискурс щодо поняттєво-категоріального апарату соціальних комунікацій триває, буде продовжуватись далі та поглиблюватись в процесі розвитку галузевих комунікаційних систем. Соціальні комунікації в інформаційній сфері весь час вдосконалюються, набувають нових ознак, рис і можливостей. Соціальні комунікації сьогодення суттєво розширюють як дієвість систем державного управління, так і соціального управління загалом.

Зокрема, поширення функцій та змістовних основ соціальних комунікацій потребує подальших досліджень і наукових розвідок, осмислення взаємозв'язку комунікаційних процесів як з іншими різновидами комунікацій, так і з внутрішніми явищами взаємодії: індивідами, інституціями, людьми та владою, людиною та машиною, людиною та середовищем тощо [3].

Можна цілком стверджувати, що інформаційно-комунікаційна сфера є постійним джерелом нових ідей щодо технічних, соціальних та організаційних інновацій. У гуманітарних науках соціальні комунікації розглядаються як система взаємовідносин між індивідами, індивідами та суспільством, індивідами й інституціями, суспільством і державою, індивідами й державами тощо [3].

Сьогодні варто наголосити на необхідності вдосконалення визначення терміна «соціальні

комунікації» та його складників. Зокрема йдеться про соціальні, політичні, масові, маркетингові та інші комунікації. Феномен комунікацій визначається такими основними ознаками як: стан, система, процес, засіб зв'язку, засіб переміщення, діяльність тощо. Універсалізація понять комунікації та комунікацій в принципі неможлива, як і таких загальних понять: політика, міжнародні відносини, інформація тощо. Зауважимо, що відбулося розмежування таких понять як «комунікація», «комунікації», «інформація» та «спілкування». Особливо зараз багато дискусій відбувається щодо терміна «соціальні комунікації», зокрема саме варто наголосити на трансформації соціальних комунікацій [3].

Сучасному суспільству характерний значний динамізм соціокультурних змін, які відбуваються під впливом низки чинників, одним з яких є масова інформація. З одного боку, ЗМІ об'єднують різні культурні світи, а з іншого, у процесі їхньої взаємодії ще більше виявляють відмінності. Нове трактування соціальних комунікацій виходить за межі технічних аспектів і розглядається у контексті людських контактів, діалогічності спілкування. Сучасні соціокультурні комунікації здійснюються в глобальному інформаційному просторі. Медіаструктуру представляють як інформаційне поле, основна дефініція якого – інформація, що проникає в усі сфери буття. Глобальні технології змінюють форми соціальних комунікацій, а стрімкий розвиток інтернету вносить суттєві зміни у сучасне інформаційно-комунікаційне середовище [4].

Соціально-комунікаційна діяльність є основною умовою існування та розвитку суспільства. Сьогодні дослідники стверджують, що соціальна комунікація – це базовий компонент інформаційного виробництва та необхідний чинник прогресу будь-якої галузі знань та сфери суспільного життя. Особливості соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві та їх документальних підсистем розглядають у своїх працях науковці: В. Ільганаєва, М. Кастельс, О. Соколов, А. Соляник, Л. Філіпова. Учені наводять положення наукових концепцій, що відображають осмислення ідеї «соціальної комунікації», проводять термінологічний аналіз цього поняття та доходять висновку, що джерела соціальних комунікацій знаходяться в соціально-інформаційній сфері, тобто зумовлені існуванням соціальної інформації та інформаційного суспільства [5].

Натомість К. Шендеровський доводить, що поняття соціальних комунікацій є сьогодні одним з найбільш вживаних як в академічній спільноті, так і на рівні мас-медіа. Воно активно використовується для розв'язання питань політичного та соціального характеру. Значення ж соціальних

комунікацій, соціальної інформації пов'язане, насамперед, з постійною потребою суспільства у саморегулюванні. Соціальні комунікації, зазначає автор, як і соціальна інформація, виникають у процесі людської діяльності, відображають їхню суспільну значимість і служать для спілкування між людьми [6].

Узагальнивши дослідження, що присвячені теорії соціальних комунікацій, науковець Л. Світіч виокремлює такі характеристики інформаційного простору: поглиблення процесів інформаційної та економічної інтеграції країн та народів, що призводить до формування єдиного світового інформаційного простору; поширення глобальних інформаційних мереж; використання інформації як економічного ресурсу і предмету масового споживання; створення та значне зростання інформаційного ринку; перевага інформаційних видів праці; перевага віддалених комунікацій, дистанційних зв'язків; формування нових моделей і норм поведінки; можливість задоволення інформаційних потреб, незалежно від місця проживання; зростання ролі телекомунікаційної, транспортної, організаційної інфраструктури. Таке інформаційне середовище пропонує нові можливості для соціальних комунікацій, встановлення зв'язків та інформаційного обміну [7].

Інтернет на сучасному етапі впливає на культурну та соціальну інфраструктуру суспільства. Він став підґрунтям для розвитку нових моделей соціальних комунікацій; руйнуючи мовні, демографічні, соціальні та інші бар'єри, дає можливість для творчої, інтелектуальної самореалізації особистості. Інтернет розглядається як соціальний феномен, який тісно пов'язаний з технологічними явищами [8, с.323].

Так, вітчизняна дослідниця О. Федорова у статті «Ера соціальної комунікації» аналізує особливості нових медіа та їхній вплив на традиційну журналістику. Особливу увагу приділено дослідженню типології сучасних медіакористувачів. Авторка наголошує на тому, що трансформація соціальних комунікацій в інформаційній сфері призвела і до зміни користувачів інформації. Відповідно до нових медіа, змінилося й саме суспільство. Але на відміну від традиційних ЗМІ, що спираються на авторитет, соціальні медіа апелюють до почуттів приналежності до певного співтовариства. Нові медіа говорять тією мовою, яка зрозуміла аудиторії; використовують той самий інструментарій, що й аудиторія. Соціальні медіа (англ. Social media) — багатозначний термін, який використовують для опису нових форм комунікації виробників контенту з його споживачами [9].

Соціальні мережі як ЗМІ нового покоління узяли від соціології ідею соціальної координації в системі зв'язків між людьми. У них, по-перше, присутні прямі й непрямі зв'язки між елементами,

а по-друге, відсутня ієрархія. Учасники соціальної мережі рівнозначні й об'єднані не лише предметом загального інтересу, але й самими зв'язками між собою. У результаті соціальна мережа — це проміжний варіант між аудиторією, усередині якої немає зв'язків між учасниками, і співтовариством, яке здатне до регулярної реальної колективної діяльності

Попит на інформацію збільшується, але проблема в тому, що нові медіа надто швидкі, і споживач не встигає схопити інформаційний потік. Дослідниця виокремлює такі типи медіаспоживачів: 1) print engaged (це така категорія, яким подобається формат, наближений до газети); 2) online and mobile engaged (це спостерігачі, які хочуть бути в курсі подій упродовж дня, які готові платити за онлайн-контент); 3) casual readers (не готова платити за новини й використовує соціальні медіа для споживання контенту) [9].

Авторський підхід до феномену соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві розглядається на перетині соціальних, політичних та культурних чинників, що забезпечують соціально-політичні взаємозв'язки. У соціальній площині — це забезпечення соціальних прав спільнот у зв'язку зі зміною технологічного укладу, вільний доступ усіх соціальних верств до мережі інтернет, недопущення розшарування суспільства за інформаційною ознакою на «інформаційно багатих» та «інформаційно бідних», забезпечення права на свободу вираження думки у соціальних медіа та мережах; у політичній площині — це трансформація нового суспільного середовища, поглиблення взаємодії у соціальних медіаплатформах, забезпечення вільного обігу інформації у суспільстві; у комунікаційній площині — це розширення можливостей спілкування і взаємодії від міжособистісної комунікації (інтернет-форуми, онлайн-конференції, блоги, твіттер, чати) до взаємодії за допомогою інформаційних мереж у межах глобального інформаційного простору.

У сучасному суспільстві значної актуальності набувають проблеми, пов'язані з глобальною зміною форм соціальної взаємодії. Основними функціями інтернет-комунікації є: фактична (контактовстановлююча); когнітивна (набуття знань); культуруотворююча (формування глобальної інформаційної культури); естетична (реалізація творчого потенціалу комунікантів) [10].

Також до функцій інтернет-комунікацій дослідники відносять маніпулятивну та репрезентативну. Зокрема, маніпулятивна функція проявляється у тому, що будь-яке висловлювання при певному викладі може набувати спекулятивного забарвлення та стати засобом маніпулювання як масового, так й індивідуального адресата. Репрезентативна функція особливо проявляється в

умовах жорсткої конкуренції на ринку інформації. Для того, щоб привернути увагу, користувачі мережі намагаються виділити свої повідомлення, зробити його яскравим та неповторним, у своїх мовних висловлюваннях намагаються використати значну кількість жаргонізмів, іншомовних абrevіатур, термінології, книжкової лексики тощо [11].

Трансформація сучасної цивілізації, що обумовлена активним проникненням світового соціуму у глобальне інформаційне середовище, призвела до поточної лінгвокультурологічної ситуації. Відбувається інтегрування культурних традицій, мовних стандартів та стилів комунікативної поведінки різних моделей інтернет-комунікації, що функціонують у полікультурному комунікативному просторі.

Таким чином, інтернет-комунікації – це особлива комунікаційна сфера, що виокремлюється на основі комунікативного інтернет-каналу, в якій відбувається мовна взаємодія комунікантів. Інтернет-комунікації мають низку особливостей, що характеризують її як особливий вид реалізації мови: 1) статусне рівноправ'я учасників комунікації, оскільки в інтернет-комунікації адресат виступає не лише як спостерігач, але як і безпосередньо учасник комунікації; 2) багатожанровість. Інтернет-комунікації стали своєрідним середовищем, де зароджуються жанри, які сприяють виникенню саме інтернет-жанрів; 3) трансформація усної та письмової форми мови, тобто набуття формами нових можливостей в інтернет-середовищі залежно від одного чи іншого жанру інтернет-комунікації; 4) багатоканальність; 5) наявність гіпертексту. Мережі комунікацій постійно удосконалюються, у зв'язку з чим тексти в інтернеті перетинаються між собою й утворюють нові тексти, перетворюючись в гіпертекстуальність; 6) інтерактивність; 7) інтернет-комунікації є новим способом самовираження засобами мови, що підлягає змінам на лексичному, морфологічному, синтаксичному, текстовому, комунікативному.

Висновки. Узагальнюючи підходи вітчизняних і зарубіжних дослідників щодо трансформації соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, можна стверджувати, що соціальні комунікації набувають нових ознак, рис і можливостей. Соціально-комунікаційна діяльність є основною умовою існування і розвитку суспільства. Соціальні комунікації аналізуються як базовий компонент інформаційного виробництва, як важливий чинник розвитку будь-якої галузі знань та сфери суспільного життя. Соціальні комунікації в інформаційній сфері виникають у процесі людської діяльності, відображають їхню соціальну значимість. Інтернет впливає на соціальну та культурну інфраструктуру сучасного суспільства. Інтернет став підґрунтям для розвитку

нових моделей соціальних комунікацій. Можна цілком стверджувати, що інтернет – це простір різних видів соціальних комунікацій. Інформаційне середовище сьогодення пропонує нові можливості для розвитку соціальних комунікацій.

#### Список літератури:

1. *Іванов В.* Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / В. Іванов. – К.: Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
2. *Почепцов Г.* Теорія комунікації / Г. Почепцов. – Київ, 1999.
3. *Кіслов Д.* Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання [Електронний ресурс] / Д. Кіслов // Державне управління: удосконалення та розвиток. – Режим доступу <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=551>.
4. *Марьина Л.* СМІ в контексте глобальних комунікацій [Електронний ресурс] / Л. Марьина. – Режим доступу: <https://www.google.com.ua/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espy>.
5. *Шелестова А.* Соціальні комунікації як базовий компонент інформаційно-освітнього середовища ВНЗ А. Шелестова / «Young Scientist». – № 7 (22). – Part 2. – july, 2015. – С. 159-162.
6. *Шендеровський К.С.* Соціальна освіта та соціальні комунікації: Тексти лекцій / К. С. Шендеровський. – К. – 2011. – с. 206.
7. *Свитич Л.* Соціологія журналістики: методологія, методи, напрямлення и результати исследований. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2005. – 119 с.
8. *Городенко Л.* Теорія мережевої комунікації: Монографія / Л. Городенко / За загал. наук. ред. В.Ф. Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр вільної преси, 2012. – С.323.
9. *Федорова О.* Ера соціальної комунікації: проблематика нових медіа [Електронний ресурс] / О. Федорова. – Режим доступу: [http://www.philology.univer.kharkov.ua/nauka/e-books/visnyk\\_1027/content/fedorova.pdf](http://www.philology.univer.kharkov.ua/nauka/e-books/visnyk_1027/content/fedorova.pdf).
10. *Горошко Е.И.* Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко // Жанры речи. – Саратов : Издательский центр «Наука», 2009. – Вып. 6 «Жанр и язык». – С. 11–27.
11. *Двойнина Е.В.* Речевая манипуляция в интернет-дискурсе : дис. ... канд. филол. наук, спец.10.02.19 «теория языка ] / Е.В. Двойнина. – Саратов, 2010. – 243 с.

#### Reference list

1. *Ivanov V.* Osnovni teoriyi masovoyi komunikatsiyi i zhurnalistyky: Navchal'nyy posibnyk / V. Ivanov. – K.: Tsentri Vil'noyi Presy, 2010. – 258 s.

2. *Pocheptsov H.* Teoriya komunikatsiyi / H. Pocheptsov. – Kyiv, 1999.
3. *Kislov D.* Terminolohiya komunikatsiy: teoretychnyy dyskurs ta yoho praktychne vykorystannya [Elektronnyy resurs] / D. Kislov // Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok. – Rezhym dostupu <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=551>.
4. *Mar'ina L.* SMI v kontekste global'nyh komunikacij [Elektronnyy resurs] / L. Mar'ina. – Rezhym dostupa: <https://www.google.com.ua/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espy>.
5. *Shelestova A.* Sotsial'ni komunikatsiyi yak bazovyy komponent informatsiyno-osvitn'oho seredovyshcha VNZ A. Shelestova / «Young Scientist». – # 7 (22). – Rart 2. – july, 2015. – S. 159-162.
6. *Shenderovs'kyi K.S.* Sotsial'na osvita ta sotsial'ni komunikatsiyi: Teksty lektsiy / K.S. Shenderovs'kyi. – K. – 2011. – s. 206.
7. *Svitich L.* Sociologija zhurnalistiki: metodologija, metody, napravlenija i rezul'taty issledovaniy. – M.: IMPJe im. A.S. Griboedova, 2005. – 119 s.
8. *Horodenko L.* Teoriya merezhevoyi komunikatsiyi: Monohrafiya / L. Horodenko / Za zahal. nauk. red. V.F. Ivanova. – K.: Akademiya Ukrayins'koyi Presy, Tsentr vil'noyi presy, 2012. – S.323.
9. *Fedorova O.* Era sotsial'noyi komunikatsiyi: problematyka novykh media [Elektronnyy resurs] / O. Fedorova. – Rezhym dostupu: [http://www.philology.univer.kharkov.ua/nauka/e-books/visnyk\\_1027/content/fedorova.pdf](http://www.philology.univer.kharkov.ua/nauka/e-books/visnyk_1027/content/fedorova.pdf).
10. *Goroshko E.I.* Internet-zhanr i funkcionirovanie jazyka v Internete: popytka refleksii / E.I. Goroshko // Zhanry rechi. – Saratov : Izdatel'skij centr «Nauka», 2009. – Vyp. 6 «Zhanr i jazyk». – S. 11–27.
11. *Dvojnina E.V.* Rehevaja manipuljacija v internet-diskurse : dis. ... kand. filol. nauk, spec.10.02.19 «teoriya jazyka ] / E.V. Dvojnina. – Saratov, 2010. – 243 s.

