

ЛІТЕРАТУРА

1. Prof. Martha Joynt Kumar // marthakumar.com/profile.html
2. *Kumar M.J.* Managing the President's message. The White House communication operations. – Baltimore, 2007.
3. The White House transition project reports. 2009 – 33. The White House Office of Communications // marthakumar.com/communications/whtp-2009-33.pdf
4. *Hughes K.* Ten minutes from normal. – New York, 2004.
5. *Maltese J.A.* Spin control. The White House Office of Communications and the management of presidential news. – Chapel Hill - London, 1992.
6. *Lees-Marshment J.* Political marketing. Issues and applications. – London - New York, 2009.
7. The political marketing revolution. Transforming the government of UK. – Manchester – New York, 2004.
8. Reconnecting the Prime-Minister // www.promisecorp.com/documents
9. *Александров В.* Кронпринци в роли оруженосцев. Записки спичрайтера. – М., 2005.
10. Інтерв'ю з Валентином Фаліним: Друга світова війна почалась не в 39-м, операція «Неможливе» і багато інше // alternathistory.org.ua/intervyu-s-valentinom-falinym-vtoraya-mirovaya
11. *Levin L.L.* The making of FDR. The story of Stephen T. Early, America's first modern press secretary. – Amherst, 2008.
12. *Luntz F.I.* What Americans really want... really. The truth about our hopes, dreams, and fears. – New York, 2009.
13. *Zogby J.* The way we'll be. The Zogby report on the transformation of the American dream. – New York, 2008
14. Charles Leadbeater // en.wikipedia.org/wiki/Charles_Leadbeater
15. Charles Leadbeater. About me // www.charlesleadbeater.net/about-me/about-me.aspx
16. *Leadbeater C.* The internet and society in the 21st century. British Library Strategy Seminar // www.charlesleadbeater.net/cms/xstandard/

УДК 007 : 001.8

НАЧЕРКИ ДО МЕТОДОЛОГІЇ ДОСЛІДЖЕНЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Володимир Різун
(Київ, Україна)

У статті розкрито методологічні основи дослідження соціальних комунікацій.

Ключові слова: соціальні комунікації, методологія, соціально інженерна справа.

В статье раскрыты методологические основы исследования социальных коммуникаций.

Ключевые слова: социальные коммуникации, методология, социально инженерное дело.

An author offers methodological bases of research of social communications.

Key words: social communications, methodology, socially engineering business.

Постановка проблеми. Методологія досліджень охоплює багато питань організації наукової діяльності у визначеній науковій галузі та науці взагалі [1]. Це і питання про предмет і сутність науки, і про режим праці вченого, і про організацію наукового дослідження, і про основні теоретичні положення, що лежать в основі організації й проведенні наукових досліджень, і про загальні та спеціальні методи досліджень. Становлення методології нової наукової галузі безперечно має починатися з розуміння природи нової науки, її особливостей, об'єктів досліджень та усвідомлення того, чим ця, нова наука відрізняється від уже існуючих наук.

Учення про соціальні (суспільні [2]) комунікації є видом практичної справи й належить до сфери соціальної інженерії (соціального інжинірингу [3]). У системі суспільної взаємодії соціальні, або що те саме – суспільні, комунікації є її основними засобами, які створюються для забезпечення ефективного суспільного зв'язку між різними соціальними інститутами, через те проектування та впровадження таких засобів і є справою соціального інжинірингу.

Під **соціальними комунікаціями** необхідно розуміти таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, 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. Ці комунікації є соціально маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей. Соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільнокомунікаційної справи.

Отже, по-перше, необхідно визнати соціальні комунікації як штучно вивчені, але науково визначені шляхи, способи, засоби, принципи взаємодії, що утворюють комунікаційні мережі, призначені для забезпечення зв'язків у суспільстві, і відрізнити той чи інший вид соціальних комунікацій від власне комунікації (спілкування) як природної, властивої людям функції взаємодії. Доречно порівняти природне спілкування, притаманне людям, які не обов'язково контролюють свою комунікаційну активність, але користуються нею, з роботою, пов'язаною з забезпеченням шляхів, способів, засобів для спілкування у суспільстві, для встановлення і підтримання соціального зв'язку. Робота зі спілкування стає частинкою бізнесу, набуває виробничо-технологічної форми, створюється ціла комунікаційна індустрія у державі та на міждержавному рівні, що тягне за собою підготовку кадрів, організацію умов праці, передбачає

менеджмент комунікаційної діяльності, а також розвиток системи професійних знань про цю справу.

По-друге, необхідно визнати наявність соціальноінженерного вчення про налагодження соціальних комунікацій, тобто наявність соціальнокомунікаційної справи. Підготовка кадрів для цієї справи передбачає вивчення історії, технологій, методів, принципів, наукових засад соціальнокомунікаційної діяльності. У системі соціальноінженерного вчення соціальнокомунікаційна справа є його складником, оскільки поза нею неможливий ефективний розвиток соціальної інженерії. Для «соціального інженера» соціальнокомунікаційні мережі є «судинною системою» забезпечення суспільного зв'язку та впливу на суспільство.

І нарешті, по-третє, науки про соціальні комунікації. Вони не є науками про спілкування (комунікацію) як власне явище, тобто це не теорія комунікації. Це є науки, з одного боку, про історію (виникнення і розвиток) вчення про соціальні комунікації, значення того виду соціальноінженерної справи, яку ми й назвали соціальнокомунікаційною, та, з іншого боку, це науки про власне соціальні комунікації як продукт соціальнокомунікаційної справи.

Для аналогії розглянемо, наприклад, кораблебудування. Це галузь високої матеріально-технічної інженерії. Це справа, яка використовує дані багатьох наук і передбачає вчення про те, як будувати кораблі, яка історія кораблебудування, які матеріали та технології використовувати, як оптимізувати та модернізувати справу через використання досягнень новітньої науки у різних сферах – хімічній, фізичній і т. д.

Чи можлива наука власне про кораблебудування та кораблі? Чи можна проводити дослідження цієї справи та функціонування кораблів? Звісно так. Але це не дослідження, скажімо, фізичних чи хімічних процесів (бо для того є фізика і хімія), а це дослідження самої інженерної справи та її продукту. Якими ж можуть бути об'єкти таких досліджень? Такими об'єктами є самі технології кораблебудування, розробка й апробація цих технологій; кораблебудування як справа, що має свою історію; справа будівництва кораблів у суспільній системі матеріально-технічного виробництва і вплив цієї справи на суспільний розвиток, розвиток науки і техніки тощо.

Науки про соціальні комунікації аналогічно можуть досліджувати, зокрема, такі об'єкти:

- 1) соціальнокомунікаційна справа в системі різних видів суспільної діяльності;
- 2) комунікаційна діяльність соціальних інститутів та форми і види інституціоналізації комунікаційної діяльності соціальних інститутів;
- 3) становлення, розвиток і функціонування соціальнокомунікаційних служб та інститутів;
- 4) соціум як суб'єкт соціальнокомунікаційної взаємодії, форми і види соціальнокомунікаційної інституціоналізації соціуму;
- 5) соціальнокомунікаційні технології та їх використання у різних сферах діяльності (прикладні соціальнокомунікаційні технології);
- 6) соціальнокомунікаційні системи (мережі), їх функціонування, особливості, розвиток, оптимізація, модернізація;
- 7) соціальнокомунікаційний продукт, його форми та види;

8) технології виготовлення, збереження та дистрибуції соціальнокомунікаційного продукту;

9) особливості використання суспільством соціальнокомунікаційного продукту;

10) засоби соціальної комунікації;

11) форми та методи модернізації й оптимізації соціальнокомунікаційної справи.

Природно виникає запитання: а яке ж відношення до соціальних комунікацій має спілкування? І який же зв'язок між науками про соціальні комунікації та теорією комунікації? Такий самий, як між наукою про кораблебудування і, наприклад, фізикою чи хімією, поезикою, літературознавством і мовознавством. Так, у поезиці мова не є об'єктом досліджень, вона розглядається як засіб побудови твору, створення образу тощо. У поезиці об'єктом досліджень можуть бути поетичні засоби, серед яких буде й мова.

Теорія комунікації – це наука про комунікацію взагалі, та її різні види, про комунікацію як функцію людини чи людей, як мовну дію, що включається в певний вид діяльності для досягнення визначених цілей. У цій частині наукових роздумів про комунікацію як дію може формуватися прикладна комунікативістика, яка розглядає особливості функціонування такого явища, як спілкування в умовах конкретного виду діяльності. Комунікативістика розглядає комунікацію також і як мовну діяльність, коли спілкування переходить на рівень свідомого користування і стає суспільно важливою працею. Проте у випадку перетворення комунікації у вид діяльності вона виходить за межі комунікативістики і переходить у розряд наук про соціальноінженерні вчення. Це відбувається так тому, що комунікація, та й мовлення під час спілкування, стає самоціллю. У нормі, природно, як казав О.О.Леонт'єв, з одним мовленням людині робити нічого: воно не самоціль, а засіб, знаряддя, хоч і може по-різному використовуватися в різних видах діяльності... мовлення не заповнює собою всього «діяльнісного» акту» [4]. Перетворюючи комунікацію у справу, ставлячи за мету **створювати** комунікаційні акти, ми тим самим робимо комунікацію самоціллю, а справа на створення комунікаційних актів перетворюється у комунікаційну діяльність. Проте науки про соціальні комунікації не можуть існувати без даних сучасної загальної, спеціальної, теоретичної й прикладної комунікативістики.

Соціальнокомунікаційна інженерія і науки про неї звісно не виникли на голому місці. Реально чотирьохрічна історія становлення у нашій країні наук про соціальні комунікації (від постанови Кабміну [5]) передбачає створення своєї методології та теорії дослідження, а також починається історія цих наук.

Взагалі стан української науки, що охоплює комунікаційну тематику, – особливий. За останнє двадцятиріччя з'явилося багато монографій, дисертацій, наукових статей, навчальних посібників та підручників, проведено багато наукових і науково-практичних конференцій з комунікаційної тематики, – відбулося накопичення досвіду і знань у вивченні комунікаційних питань. Однак наявність системного знання у цій галузі залишається під сумнівом.

Не розрізняються види комунікації. Одні й ті самі знання використовуються що для опису спілкування міжособистісного, що для масової комунікації, що

для соціальних комунікацій (це добре помітно на описові моделей комунікації: їх використовують кругом, про який би вид комунікації не писали!). Той самий поняттєво-категоріальний апарат перекочує з тексту до тексту незалежно від його назви. Проте розрізнення видів спілкування є принциповим. Персональне спілкування (міжособистісна комунікація) найчастіше виступає у ролі функції людини як суб'єкта і використовується на операціональному, а не дієвому чи діяльнісному рівні її активності. Тобто акт спілкування забезпечує лише виконання якихось дій людини в рамках конкретного виду діяльності.

Масове спілкування передбачає вихід комуніканта за межі своєї соціальної групи на загал з метою залучення до свого соціального поля інших людей незалежно від їхнього соціального статусу. Масове спілкування має не персональний, а публічний характер. Крім того, воно одновекторне, природа його суб'єктно-об'єктна (не плутати з суб'єктно-об'єктивним та суб'єктно-об'єктивним підходами у науці про масове спілкування). Масове спілкування піднімається вже до рівня системи дій, а то й перетворюється у масовокомунікаційну діяльність. Тобто воно більш організоване, ніж персональне, усвідомлюване, плановане, технологізоване.

Соціальне спілкування є на сьогодні найбільш організованим та технологічно обумовленим видом комунікації. Воно піднімається до рівня діяльності, спрямованої на встановлення та підтримання соціального зв'язку у суспільстві. На відміну від масового, соціальне спілкування передбачає суб'єктно-суб'єктивний зв'язок між комунікаторами. Комунікат (адресат) теж розглядається як певний соціальний інститут (соціальна роль), тобто соціум – це не безлика маса, а громадянське суспільство. На основі соціального спілкування утворюється професійно-виробнича діяльність, метою якої стає саме соціальне спілкування як продукт діяльності, розробляються різні види соціального спілкування, що й отримують назву соціальні комунікації.

Усі ці питання, окрім професійно-виробничої діяльності, є питаннями теоретичної комунікативістики. Настав час за допомогою мета-аналізу проробити гігантську працю на систематизацію комунікаційних знань, а також на вибирання з існуючого «когнітивного конгломерату» по краплинах знань окремо, що стосуються, наприклад, масової комунікації, окремо, що стосуються соціальних комунікацій.

Принциповим для розуміння суті справи і правильної організації досліджень є і розмежування термінів «соціальна (суспільна) комунікація» та «соціальні (суспільні) комунікації». Невинна множина задає цьому поняттю іншу наукову парадигму, ніж поняттю, що виражене терміном в однині. По суті мова йде про різницю між явищами, процесами, функціями і справами, роботою, виробництвом, які «експлуатують» ці явища, процеси, функції. Чи існує різниця між співом як функцією людини, даною їй Богом, співом як професійним володінням голосом і співами (організувати співи, розпочати співи...) як культурною справою, діяльністю, шоу-бізнесом? Звичайно так.

Чи існує різниця між мовленням, виступом і переговорами? При цьому, з точки зору теорії мовлення (теорії мовної діяльності), і під час виступу, і під час переговорів задіяне мовлення, але це мовлення різне: просто мовлення як функція людини, як інструмент; мовлення публічне (під час виступу), усвідомлюване, організоване, включене в якусь сферу діяльності, пов'язану,

наприклад, з викладацькою чи піарівською діяльністю; і мовлення суспільно-політичне (під час переговорів), що є окремим видом діяльності. Усі три види мовлення можна аналізувати у рамках теорії мовної діяльності, але переговори і просто мовлення – це різні речі. Переговори – це самостійна справа, праця, робота, і наука ведення спілкування під час переговорів – це не теорія мовної діяльності, хоч її дані і використовуються.

У такій площині роздумів необхідно кваліфікувати і соціальні комунікації як автономну справу, про яку може бути наука, яка не дублює комунікативістики, а використовує її. Те, що просто комунікація, масова комунікація, соціальна комунікація і соціальні комунікації мають у назві те саме слово, не дає підстав відносити все гамузом до однієї науки – комунікативістики. З легкістю соціальнокомунікаційну справу можна було б назвати, наприклад, соціальнокомунікаційним інжинірингом, а науку – наукою про соціальнокомунікаційний інжиніринг (теорією та історією соціальнокомунікаційного інжинірингу). Самі ж соціальні комунікації можна було б назвати соціальнокомунікаційними мережами чи системами. Наука могла б мати назву і наука про соціальнокомунікаційні системи (мережі). Річ не в назвах, хоч і в них. Річ у тому, що стоїть за терміном. Слово «комунікації» у множині задає нам конкретну наукову парадигму думання, якої ми повинні дотримуватися, аби не заплутатися в очевидному.

Слово в множині «комунікації», як факт вітчизняної мовної практики, поки що вживається в одному значенні:

«1) *Шляхи сполучення і транспорту.* 2) *Лінії зв'язку, мережі підземного міського господарства* [5]».

Так, цілком звично говорити про річкові, морські, повітряні комунікації; комунікації можна прокладати під землею, до будинку тощо. У цьому контексті цілком допустимо вживати слово і в однині: вони прокладають комунікацію; телефонна комунікація міста тощо.

Що за поняття стоїть за цим словом насамперед у множині?

Зрозуміло, що мова йде про рукотворні, штучні канали, зв'язки, мережі, які прокладаються між будинками, містами, установами і т. д. Ці комунікації обов'язково забезпечують передачу чогось до споживачів. За передачу чогось до споживачів відповідають певні підприємства, установи, особи, які підтримують комунікації у належному стані, модернізують їх. Передача і функціонування каналів здійснюється за певною технологією. В основі комунікацій лежить певна технологічна система (мережа). Споживач розраховується за спожите. Такі комунікації мають матеріальний смисл, який лежить у площині задоволення життєвих матеріальних потреб людей.

Цей аналіз значення слова «комунікації» змушує нас думати, що в словосполученні «соціальні комунікації» словом «соціальні» актуалізується лише сфера застосування комунікацій, тобто ми переходимо з матеріальної, технічно-виробничої, побутової сфери у сферу соціальних стосунків, соціальної діяльності, соціальної взаємодії, соціального регулювання. Тобто соціальні комунікації є протиставленням матеріальним, технічним комунікаціям. Іншими словами, існує два види комунікацій: матеріальні, технічні і соціальні.

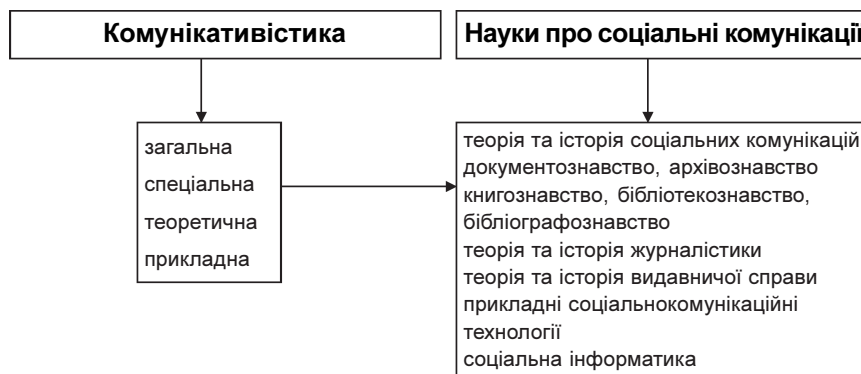
Відповідно, йдучи за логікою аналізу матеріальних комунікацій, соціальні теж є артефактами – рукотворними, штучними, придуманими людьми,

фахівцями. Тобто створюється певна комунікаційна мережа-система між людьми, яка дозволяє їм щось отримувати, споживати. Таким «товаром» споживання можуть бути різного роду відомості, знання. Ця мережа технологічна. За її функціонування відповідають певні соціальні інститути. Метою соціальних інститутів є забезпечення людей певними відомостями соціального змісту, тобто соціально значущими знаннями, які можуть бути використані людьми для задоволення їхніх потреб.

І матеріальне, і духовне забезпечення є основною метою виробників продукту – матеріального чи духовного.

Щодо терміна в однині «соціальна комунікація», то цілком допустимі два значення: 1) соціальна комунікація як різновид соціальних комунікацій; 2) соціальна комунікація (частіше у цьому значенні – суспільна) як різновид публічного спілкування, що є окремим видом суспільно-культурної діяльності і лежить в основі соціальних комунікацій.

Отже, щодо поділу наук, які стосуються комунікації, необхідно дотримуватися такої класифікації:



Цей поділ не є завершеним і достатнім, але вказує на закономірності зв'язку комунікаційних наук.

У підсумку можна визнати, що організація наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій спирається на ідею проектування та конструювання соціальних мереж в системі соціального інжинірингу в частині, яка стосується комунікаційної взаємодії як виду соціального зв'язку. Це означає, що методологія нашої наукової галузі вибудовується на такій сукупності понять, тверджень, принципів, способів, які стосуються прямо чи опосередковано «об'єднання» соціуму за допомогою спілкування.

Методологічним підходом до вивчення явищ, процесів, функцій соціальних комунікацій очевидно є *соціальнокомунікаційний підхід*. Суть цього нового для науки в цілому підходу є фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу.

Дослідження комунікаційних об'єктів у соціальному вимірі обов'язково включає:

1) фіксацію досліджуваного об'єкта у природній для нього системі суспільних координат (зв'язок із соціальною групою, фахом, віком, освітою, переконаннями, вірою тощо);

2) спостереження за досліджуваним об'єктом в соціальних умовах;

3) експериментування з досліджуваним об'єктом у реальних або лабораторно відтворених соціальних умовах;

4) опис результатів спостережень чи експериментів відносно соціально заданих параметрів;

5) аналіз результатів досліджень у соціально заданому контексті;

6) соціально зорієнтована інтерпретація результатів аналізу.

Для прикладу порівняймо філологічний та соціальнокомунікаційний підходи до вивчення тексту. Філологічний підхід до тексту передбачає виділення насамперед засобів образності. Соціальнокомунікаційний підхід передбачає дослідження виділених філологами засобів образності у соціальному вимірі, тобто з точки зору того, як ті засоби залежать від соціальних потреб, цілей, завдань соціальнокомунікаційного інституту, як вони впливатимуть на конкретні соціальні категорії читачів, чи обумовлені ці засоби конкретною соціальнокомунікаційною технологією, тобто чи є вони технологічними засобами, чи входять ці засоби в перелік засобів конкретного соціальнокомунікаційного інституту тощо.

Дослідження, які не витримані щодо застосування соціальнокомунікаційного підходу, повинні кваліфікуватися як філологічні, або психологічні, або соціологічні, або інші.

У зв'язку з включенням журналістикознавства, бібліотекознавства, архівознавства та інших наук у галузь «соціальні комунікації» перед представниками цих наук постали нові проблеми, пов'язані зі зміною методологічних підходів. Так, журналістикознавство (теорія та історія журналістики) традиційно формувалося у лоні філологічної, почасти історичної, науки, бібліотекознавство – педагогічної, архівознавство – історичної. Зміна наукових парадигм суттєво впливає на вибір об'єктів досліджень, проведення досліджень, аналіз та інтерпретацію результатів. Те, що стосується, зокрема, журналістикознавства, пов'язане зі зміщенням акцентів у науковій інтерпретації об'єктів досліджень. Це зміщення зумовлене самим соціальнокомунікаційним підходом, а точніше визначається уявленнями про кожен з видів соціальної комунікації як особливий засіб соціальної інженерії.

Будь-яка інженерна справа має відношення до **матеріалознавства**, тобто комплексу знань, який визначає матеріальний бік продукту «інженерської думки»: з якого матеріалу його зроблено; наскільки той матеріал відповідає функціям чи умовам використання продукту; наскільки той матеріал міцний або, наприклад, еластичний і т. д. А найголовніше – з якого матеріалу треба виготовити продукт, аби він відповідав вимогам користувачів та санітарним нормам, технологічним вимогам, нормам споживання і т. д.

У рамках соціальнокомунікаційного підходу філологічне та історичне вивчення творів входить до розряду матеріалознавчих знань. Так, текстознавчий, а в цілому філологічний опис текстів і творів у контексті соціальних комунікацій становить основу соціальнокомунікаційного матеріалознавства. Але ці дослідження мають набувати іншого звучання і бачення: філологічний опис тексту у контексті соціальнокомунікаційного підходу передбачає таку інтерпретацію даних, яка дозволяє оцінити текст «на міцність або еластичність», тобто оцінити з точки зору того, наскільки текст із такими, а не іншими засобами забезпечить досягнення технологічних цілей – вплине на соціум чи викличе очікувану медіареакцію. Результати філологічних описів творів і текстів повинні використовуватися для більш точного підбору засобів у тексті чи творі з метою отримати планований ефект від соціуму.

Таким чином, філологічні розвідки у рамках соціальнокомунікаційного підходу можливі, але вони повинні інтерпретуватися як використання філологічних методів у науках про соціальні комунікації і тільки в частині матеріалознавчих студій.

Матеріалознавчими для наукової галузі «соціальні комунікації» будуть і суспільствознавчі та психологічні описи, оскільки знання про соціальні інститути та людину як мовця, громадянське суспільство і т. д. не є власне соціальнокомунікаційними, але без цих знань не можливо зрозуміти і пізнати тих особливих соціальних зв'язків, на встановлення яких за допомогою комунікаційних систем спрямовують свої зусилля соціальні інститути та кожна людина як соціальна роль.

Основою основ будь-якої інженерної справи є технології. Соціальнокомунікаційні технології для розвитку, провадження соціальних комунікацій є чи не основною виробничою категорією. Власне успіх справи в організації соціальнокомунікаційних мереж великою мірою залежить від тих науково визначених шляхів, способів, принципів, знарядь, об'єктів та технік впливу, які й становлять основу тієї чи іншої технології.

Соціальнокомунікаційні технології у науках про соціальні комунікації є найважливішим об'єктом досліджень. Фактично історія та теорія соціальних комунікацій – це історія та теорія соціальнокомунікаційних технологій. Ці технології мають таку силу, що вони використовуються у різних галузях суспільної діяльності, через що у науковій галузі «соціальні комунікації» й виділено окрему науку «прикладні соціальнокомунікаційні технології». Мова може йти про дослідження використання соціальнокомунікаційних технологій, наприклад, в освіті, політиці, науці, медицині, психології і т. д.

Будь-яка технологія передбачає предмет праці (предмет технологічного впливу, технологічний об'єкт), засоби праці (технологічні засоби), носія технологічних функцій (працівника, колективу тощо), рівень технологічного розвитку суспільства. Вона має безпосередній вияв у структурі виробничого процесу (технологічному процесі) .

Технологіями називаються способи, прийоми, методи, процеси, засоби організації різних видів діяльності особи і суспільства, теоретичні знання про

ці способи і методи тощо. Технології є невід'ємною частиною культури народу, національної політики, оскільки держава тоді сильна, коли вона володіє технологіями і дбає про їхній розвиток.

Технології – це найвища форма прояву культури народу, це культура мислення, праці, слова, дії; технологія – це науково виважений, вироблений поколіннями практиків-спеціалістів і учених спосіб думання.

Однією з важливих ознак менталітету будь-якої нації є її соціально-психологічна здатність до високої організації мислення й праці, тобто здатність до, у кращому розумінні цього слова, технократичності думки й дії.

Будь-яка технологія передбачає наявність певної технологічної системи у вигляді теоретичних або фізичних моделей. Сфера соціального комунікування передбачає таку модель організації праці, в основі якої лежить поняття про суспільну комунікаційну систему (СКС). СКС називається технологічна система, яка включає певну соціальну структуру як носія функцій комуніканта, об'єкт (суб'єкт) впливу – комуніката та засоби впливу (медіа тощо).

Для технологічних систем важливою є технологічна культура. У нашому випадку для СКС – це комунікаційна культура, зокрема медіакультура суспільства, що передбачає, зокрема, медіаосвіту (медіапросвіту).

Висновки. Отже, поняття про технології зобов'язує нас шукати особливі «технологічні» об'єкти досліджень, а також думати про способи й принципи організації досліджень у напрямку вивчення соціальнокомунікаційних технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стеченко Д.М., Чмир О.С. Методологія наукових досліджень: Підручник. – К.: Знання, 2007.– 317 с.
2. Шаян Л.П. Про Суспільні комунікації. – К.: ТОВ «Група компаній «Динаміка», 2008.– 180 с.
3. Почепцов Г.Г. Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей.– К.: Альтерпрес, 2010. – 254 с.
4. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность / Леонтьев А. А. – М.: Наука, 1969. – С. 27.
5. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 року за № 1718 «Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь» і наказ Вищої атестаційної комісії України від 14 грудня 2007 року за № 67 «Про внесення змін і доповнень до Переліку спеціальностей, за якими проводяться захисти дисертацій на здобуття наукових ступенів кандидата наук і доктора наук, присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань».
6. Словник іншомовних слів / За ред. О. С. Мельничука.– К., 1974.