

УДК 316.77



*Ольга Тишевська-Шапошник,  
викладач кафедри менеджменту  
соціокультурної діяльності ХДАК*

## **Теоретичні основи сучасного соціально-комунікативного знання**

*Стаття присвячена аналізу теоретичних основ соціально-комунікативного знання у сучасному суспільстві. Розглядається необхідність вивчення комунікативних процесів у всіх сферах діяльності людини, здійсненні певні наукові узагальнення у межах розроблення теорії соціальної комунікації.*

**Ключові слова:** комунікація, соціальна комунікація, соціокомунікативна проблематика.

*Актуальність* вивчення теоретичних засад комунікації викликана стрімким розвитком комунікаційних процесів та необхідністю інтеграції українського суспільства у світовий комунікаційний та культурний простори.

*Метою* пропонованої статті є теоретичне осмислення комунікаційних процесів як головного каталізатора розвитку суспільства на нинішньому етапі.

У сучасній науці виділяється кілька конкретно-наукових підходів до вивчення комунікації. По-перше, це різні підходи технократичного та інтеракціоністського характеру. По-друге, у межах інтеракціонізму думки вчених розділилися щодо питання про те, як пояснити комунікацію — посиланнями на індивідуальну усвідомлену діяльність чи як похідну від соціальної структури. Дебати про комунікацію в подібних термінах посідають одне із центральних місць у сучасній соціології, психології та культурології. Саме у цих науках закладалися основні теоретико-методологічні підходи до вивчення комунікації та робилися різні спроби примирити об'єктивну структуру і суб'єктивну волю.

Технократичні підходи до вивчення комунікації були обумовлені специфікою конкретно історичних умов та самого предмета дослідження. Так виникли концепції технологічного детермінізму, найвідомішою серед яких є теорія інформаційного суспільства, що розглядає сучасні технічні засоби інформації в якості найважливішого стимулу і джерела соціального розвитку. Один із основоположників цієї теорії Д. Белл вважав, що США і багато європейських країн стають інформаційними суспільствами, заснованими не на індустріальному виробництві з його традиційними галузями, а на новітніх інформаційних технологіях і виробництві нового знання [2]. По суті, це новий тип цивілізації, який характеризується прискореною автоматизацією і комп'ютеризацією процесів виробництва та управління, новими технічними системами отримання, перероблення, передавання та зберігання інформації, інтелектуалізацією виробничої діяльності, інформатизацією всіх сфер суспільного життя, підвищенням якості життя, зміною соціальної структури суспільства тощо. Через зростання ролі знань, інформації та засобів комунікації таке суспільство називають інформаційним.

До категорії технократичних може бути віднесена концепція канадського соціолога і культуролога, теоретика комунікаційних технологій Г. Маклюена, на думку котрого, основним двигуном історії є зміна технологій, яку, в свою чергу, викликає зміна способу комунікації [12]. Канадський учений вважав, що тип суспільства значною мірою визна-

чається пануючим у ньому типом комунікації, а людське сприйняття — швидкістю передавання інформації. Історичні форми комунікацій він уподібнює галактикам, які можуть зустрічатися, проходити одна через іншу, змінювати свою конфігурацію [12].

У межах технократичної парадигми отримала свій розвиток "математична теорія комунікації" (передавання повідомлень у технічних системах зв'язку — телефон, телеграф тощо) інженера і математика К. Шеннона [23, с. 379—423, 623—656]. Ця теорія базується на таких посиланнях: повідомлення (точніше, їхні коди) надходять з джерела через канал зв'язку (з можливими перешкодами) в приймач інформації. Системний підхід розглядає комунікацію як систему, в якій присутні: джерело, передавач, канал, одержувач, місце призначення, шум. Комунікація означає, що джерело інформації вибирає бажане повідомлення, передавач кодує його в сигнали, а одержувач розшифровує сигнали в повідомлення. Успіх інформаційного передавання залежить від здатності точно одержати повідомлення в місці призначення.

Інтеракціоністський культурологічний підхід до вивчення комунікації у різних суспільствах та організаціях, що став дуже популярним у середині та другій половині ХХ ст., пов'язаний з етнометодологією і досліджує загальне та специфічне в комунікаціях представників різних культур.

Теорія міжкультурного змісту комунікації ("проксемія"), що розробляється американським антропологом Е. Холмом, дає можливість усвідомити культурні значення комунікативних дій і відповідне їхнє виконання, ефективність яких базується на визнанні приналежності комунікантів до певного культурного середовища. При цьому аналізі комунікації використовується поняття "соціальна дистанція", яке характеризує ступінь близькості або відчуженості соціальних груп та осіб. Вона не тотожна просторовій, географічній дистанції, хоча може виражатися і в специфічних формах розселення етнічних груп [19].

Серед теорій інтеракціоністського підходу, які пов'язують сфери комунікації та культури, особливе місце посідає теорія художньої комунікації, яка, з точки зору Ю. Лотмана, активного послідовника формальної школи 30-х рр. ХХ ст., розглядається як "деавтоматизована", що характерне для літературної мови на противагу повсякденному, автоматичному спілкуванню [9]. Цей науковець висунув низку тез: культура породжує нові повідомлення за допомогою нових мов; культура зорієнтована як мінімум на дві мови, наприклад, зображальну і словесну; комунікація — це переклад

мови мого "я" мовою твого "ти", тобто коди учасників не тожні, а тільки перехрещуються; жодна "монологічна" структура не може витворити принципово нове повідомлення, бо не є мислячою, якою може бути лише діалогічна (двововна) структура як мінімум; пам'ять культури є механізмом активного моделювання нового, що звернене до минулого.

Ю. Лотман в усіх своїх працях підкреслює особливе значення саме художнього тексту. Він зазначає: такий текст цікавий якраз своєю непередбачуваністю. Тому ми використовуємо ці типи текстів багато разів. Звичайні тексти можуть повторно функціонувати. Мистецтво, на переконання вченого, розпросторує видноколо непередбачуваного, це простір свободи [11].

Р. Барт запропонував свою модель міфологічної комунікації як вторинну семіологічну систему. Матеріальні носії міфологічного повідомлення (власне мова, фотографія, малярство, реклама, ритуали, певні предмети), хоч якими різними були б самі по собі, щойно вони стають складовою частиною міфу, зводяться до функції позначування; всі вони являють собою тільки вихідний матеріал для побудови міфу; їхня єдність полягає в тому, що всім їм надається статус мовних засобів. Тобто система "форма — зміст" на наступному етапі починає функціонувати як форма для нового міфологічного змісту.

Р. Барт бачить у міфові дві семіотичні системи: одна — це мова, яка названа ним мовою-об'єктом, інша — це сам міф як метамова. Осць чому в семіолога однаковий підхід до письмового тексту і малюнка: для нього важлива в них та властивість, що обидва є знаками, які готові для побудови міфу; і той, й інший володіють функцією позначування, і той, й інший являють собою мову-об'єкт [1].

Ю. Хабермасом була розроблена теорія комунікативної дії. Ще до виходу двотомної праці "Теорія комунікативної дії" він увів низку фундаментальних для цієї теорії понять [18]. Центром зусиль науковця стало розрізнення і, можна сказати, протиставлення інструментальної та комунікативної дії. Втіленням інструментальної Ю. Хабермас вважає сферу праці. Ця дія упорядковується згідно з правилами, які ґрунтуються на емпіричному знанні. При здійсненні інструментальної дії реалізується — відповідно до критеріїв ефективності, контролю над дійсністю — певна мета, здійснюються передбачення, що стосуються її наслідків. Під комунікативною дією Ю. Хабермас ще півстоліття тому розумів таку взаємодію принаймні двох індивідів, яка упорядковується згідно з нормами, що приймаються за обов'язкові.

Значний внесок у розвиток соціальних комунікацій як наукової дисципліни зробив О. Соколов. У своїх теоретичних напрацюваннях він визначив комунікацію як опосередковану, доцільну взаємодію двох суб'єктів, що може реалізуватися у формі переміщення матеріальних об'єктів, шляхом обміну свідомими повідомленнями, генетичним спадкуванням "біологічних образів". Розвиваючи далі цю теорію, О. Соколов спирався на етнографа та антрополога К. Леві-Стросса, який виділив три комутаційні рівні та представив відповідну типологію комунікації — розрізняючи просторову, змістову та генетичну комунікації [15].

У своїй праці "Вступ до теорії соціальної комунікації" О. Соколов визначив соціальну комунікацію як рух знань, емоційних переживань, вольових впливів у соціальному просторі та часі [14].

Осмилення комунікації, зазначав О. Соколов, розпочалося ще за часів античності. Але лише на початку ХХ ст. проблематика теоретичного осмилення соціальної комунікації зайняла провідне місце у науковому дискурсі.

У початок минулого століття повертає читача й Ф. Шарков. Саме тоді, на його переконання, соціальна комунікація

розглядалась у межах таких наукових напрямів та методологічних підходів, як біхевіоризм, символічний інтераціоналізм, персоналізм та екзистенціалізм. Усі зазначені наукові течії мали об'єктом вивчення людину, але представники кожної з них зосереджували увагу на певному предметі вивчення: її поведінці, існуванні, реакції тощо. Але, незважаючи на різницю в предметах вивчення, усі вони торкалися проблеми взаємодії людини з іншими суб'єктами соціуму, тобто проблеми соціальної комунікації [21].

Значний внесок у розвиток теоретичного осмилення соціальних комунікацій зробили науковці Харківської державної академії культури: В. Шейко, Н. Кушнарєнко, В. Ільганаєва, А. Соляник, І. Давидова.

В. Шейко та Н. Кушнарєнко у роботі "Перспективи розвитку соціальних комунікацій як нової наукової галузі" наголошують, що "узагальнююче поняття "соціальні комунікації" багатозначне, має різні тлумачення, відсутнє в більшості авторитетних енциклопедіях та довідниках". На думку авторів, узагальнене теоретичне визначення поняття соціальної комунікації можна представити з позиції таких основних підходів. У межах першого підходу соціальну комунікацію можна визначити як обмін певними відомостями, сукупністю якихось даних, знань, іншими словами, соціальна комунікація — це обмін інформацією в суспільстві. З позиції такого загального тлумачення набувають значення два аспекти: по-перше, СК має справу з соціальною інформацією, яка спеціально створюється людиною з метою її поширення в суспільстві; по-друге, різниця між "соціальною комунікацією" та "соціальною інформацією" — це відмінності між процесами передавання інформації та її змістом [22].

Автори підкреслюють, що соціальна комунікація як різновид комунікації, що реалізується на рівні суспільства за допомогою спеціально організованих соціальних інститутів, установ, закладів, організацій тощо, призначенням яких є створення та передавання в часі та просторі соціально значущої інформації в документально фіксованому або усному вигляді, визначається в межах іншого підходу, з позиції якого необхідним є існування професійних посередників — книгорозповсюджувачів, бібліотекарів, бібліографів, інформаційних працівників, архівістів, музеєзнавців та інших професіоналів, представників різних соціальних інститутів, які працюють у комунікативній сфері. Автори виводять й іншу сутність СК як міжособистісного спілкування, у результаті якого відбувається обмін інформацією між двома особами [22, с. 3—8].

В. Ільганаєва у роботі "Соціальні комунікації: сфера практичної діяльності й об'єкт теоретизації", визначає, що на межі ХХІ ст. соціальні комунікації досягли своєї системно-трансформаційної стадії завдяки мультимедійним технологіям. На цьому етапі розвитку соціально-комунікативних зв'язків відбулася зміна предмета соціально-комунікативної діяльності від документалізованого, інформаційного до когнітивного рівнів функціонування системи соціальних комунікацій. СК, стверджує вчена, проявляють себе не тільки як функція забезпечення суспільної взаємодії, а також і через діяльність, предметність праці, яка розвивається згідно із культуротворчими факторами: соціально-історичними, соціально-економічними, соціально-організаційними, соціально-психологічними та індивідуально-психологічними. Авторка також наголошує на тому, що поступовим розгортанням змісту теорії соціальної комунікації є її міждисциплінарне підґрунтя. Сутнісні ознаки об'єкта соціальної комунікації набувають системності на певному рівні свого розвитку, еволюціонуючи від виникнення до формування. Відмінністю цього еволюційного процесу є етапність та послідовність формування функцій і структур СК, диверсифікація

форм, засобів та каналів соціальної комунікації, в результаті чого виникає система соціальних комунікацій. І саме на етапі формування системи СК об'єктивно створюються умови виокремлення об'єкта соціальних комунікацій і теорії, на відміну від часткових визначень міждисциплінарного комплексу наук [7, с. 8—10].

Наступною публікацією В. Льганаєвої із циклу тих, що присвячені аналізованій тематиці, є стаття "Інституалізація соціально-комунікаційної сфери суспільства". Вчена зазначає, що глобалність та єдність інформаційної взаємодії в суспільстві забезпечується у будь-якій формі фіксації, збереження, опрацювання, збирання, розповсюдження та використання інформації як продукту духовної практики людства. Ці процеси забезпечують відповідні соціально-комунікативні структури, які також виконують окремі завдання в системі суспільної взаємодії, — бібліотеки, архіви, преса, музеї, радіо, ТБ, центри інформації та документації. На думку науковця, усі діючі соціально-комунікативні структури здійснюють притаманні сфері обігу соціальної інформації процеси та операції, що мають свої особливості, пов'язані з окремими процесами в часовому (засоби фіксації інформації, канали її розповсюдження) або просторовому (ЗМІ, архіви, музеї, бібліотеки, інформаційні системи) вимірі [6, с. 148—153].

Ці тези В. Льганаєва розвиває у роботі "Теоретико-методологічний синтез соціально-комунікаційного знання". Соціальна комунікація, вважає вона, перетворилась на розвинену систему соціальної взаємодії, стала основою розгортання нової парадигми наукових досліджень. Поглиблення вивчення її теоретичних основ є умовою вирішення багатьох практичних завдань, що відносяться до організації діяльності й управління соціально-комунікативними структурами, соціально-інформаційними об'єктами інформаційного простору та соціальної свідомості як результату становлення соціального інтелекту. На думку авторки, методологічний рівень пізнання СК-феномену дає можливість посилити уявлення про соціальні комунікації за допомогою таких методів: комплексного, якісно-кількісного аналізу, міждисциплінарного й міжнаукового синтезу. Завданням методології соціальної комунікації є також побудова комунікаційної освіти, політики державного управління діяльністю традиційних структур соціальних комунікацій [8, с. 96—101].

У роботі "Когнітивна інституалізація наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій" А. Соляник порушує досить актуальну проблему: на початковому етапі когнітивної інституалізації наукового знання в галузі соціальних комунікацій окреслилися певні диспропорції в проблемно-тематичній спрямованості досліджень. Її вирішення — результати наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій мають сприяти модернізації галузі й переходу соціальних комунікацій на якісно новий рівень розвитку [16, с. 7—10].

Серед сучасних науковців, які займаються теоретичним осмисленням соціальних комунікацій, можна назвати А. Досенко, С. Хомінського, С. Демченка, М. Бутирину, Г. Синоруб, О. Тріщук [5; 20; 4; 3; 13; 17].

Узагальнюючи зазначене, зробимо висновки: на сучасному етапі наукового осмислення соціальної комунікації можна констатувати значну активізацію інтересу до цього напрямку. Підвищена увага сучасних вчених до соціокомунікативної проблематики пов'язана з тим, що вплив комунікативних процесів на суспільство, його функціонування, суспільну свідомість є непереможним. Переважна кількість питань з приводу СК була висвітлена та розроблена науковцями протягом останніх двадцяти років, значно поповнився та розширився термінологічний апарат соціокомунікативного

наукового дискурсу, здійснені певні наукові досягнення у межах розроблення концепції соціальної комунікації.

#### Список використаної літератури

1. Барт Р. Избранные работы : Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Р. Барт ; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. — М. : Прогресс, 1989. — 616 с.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе : [сб. ст. : переводы] / сост. и вступ. ст. П. С. Гуревича. — М., 1986. — С. 330—342.
3. Бутирина М. В. Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості : автореф. дис. ... д-ра наук з соц. комунікацій / Бутирина Марія Валеріївна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 30 с.
4. Демченко С. В. Масова комунікація у процесі розбудови громадянського суспільства : історія, теорія, українські реалії : автореф. дис. ... д-ра наук з соц. комунікацій / Демченко Сергій Володимирович ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2011. — 34 с.
5. Досенко А. К. Медійність і психолінгвістична характеристика моделі блогів людей, які живуть із ВІЛ/СНІД : автореф. дис. ... канд. наук з соц. комунікацій / Досенко Анжела Костянтинівна ; Класич. приват. ун-т. — Запоріжжя, 2011. — 16 с.
6. Льганаєва В. Институалізація соціально-комунікаційної сфери суспільства / Валентина Льганаєва // Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації. — 2008. — № 1/2. — С. 148—153.
7. Льганаєва В. О. Соціальні комунікації: сфера практичної діяльності й об'єкт теоретизації / В. О. Льганаєва // Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань : у 2 ч. : матеріали Міжнар. наук. конф., 26—27 лют. 2009 р. / М-во культури і туризму України, Харків. держ. акад. культури, Акад. мистецтв України, Ін-т культурології. — Х., 2009. — Ч. 1. — С. 8—10.
8. Льганаєва В. О. Теоретико-методологічний синтез соціально-комунікаційного знання / Льганаєва В. О. // Філософія спілкування. Філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — № 2. — С. 96—101.
9. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре / Ю. М. Лотман. — СПб. : Искусство-СПб, 1994. — 399 с.
10. Лотман Ю. М. Семіосфера / Ю. М. Лотман. — СПб. : Искусство-СПб, 2000. — 704 с.
11. Лотман Ю. М. Структура художественного текста / Ю. М. Лотман // Об искусстве / Ю. М. Лотман. — СПб., 1998. — С. 14—285.
12. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Маршалл Маклюэн ; пер. с англ. В. Г. Николаева. — 2-е изд. — М. : Гиперборей : Кучково поле, 2007. — 464 с.
13. Синоруб Г. П. Поняття конфліктного наповнення діяльності мас-медіа в теорії соціальних комунікацій : (контекст формування поведінки аудиторії) : автореферат дис. ... канд. наук з соц. комунікацій / Синоруб Галина Петрівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 16 с.
14. Соколов А. В. Введение в теорию социальной коммуникации / А. В. Соколов. — СПб. : [б. и.], 1996. — 320 с.
15. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : [учеб. пособие] / А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 461 с.
16. Соляник А. А. Когнітивна інституалізація наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій / А. А. Соляник // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матеріали Міжнар. наук. конф., 18—19 листоп. 2010 р. / М-во культури і туризму України, Харків. держ. акад. культури [та ін.]. — Х., 2010. — С. 7—10.
17. Тріщук О. В. Феномен науково-інформаційного дискурсу у сфері соціальних комунікацій : автореферат дис. ... д-ра наук з соц. комунікацій / Тріщук Ольга Володимирівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 32 с.
18. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас ; пер. с нем. под ред. Д. В. Скляднева ; послесл. Б. В. Маркова. — СПб. : Наука, 2000. — 380 с.
19. Холл М. Магія комунікації: використання структури й значення мови : [пер. с англ.] / М. Холл. — СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК ; М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2004. — 345 с.

20. Хомінський С. Й. Взаємозв'язок релігійної та екологічної проблематики в системі соціальних комунікацій : (на матеріалі природоохоронної, релігієзнавчої і релігійної преси) : автореферат дис. ... канд. наук із соц. комунікацій / Хомінський Сергій Йосипович ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 17 с.
21. Шарков Ф. И. Интегрированные бренд-коммуникации: (бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций) / Ф. И. Шарков. — М. : РИП-холдинг, 2004. — 243 с.
22. Шейко В. М. Перспективи розвитку соціальних комунікацій як нової наукової галузі / В. М. Шейко, Н. М. Кушнарєнко // Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань : у 2 ч. : матеріали Міжнар. наук. конф., 26—27 лют. 2009 р. / М-во культури і туризму України, Харк. держ. акад. культури, Акад. мистецтв України, Ін-т культурології. — Х., 2009. — Ч. 1. — С. 3—8.
23. Shannon C. E. A Mathematical theory of communication / C. E. Shannon // Bell system technical journal. — 1948. — Т. 27. — Р. 379—423, 623—656.

*Статья посвящена анализу теоретических основ социально-коммуникативного знания в современном обществе. Рассматривается необходимость изучения коммуникативных процессов во всех сферах деятельности человека, сделаны определенные научные обобщения в рамках разработки теории социальной коммуникации.*

*The article is devoted the analysis of theoretical bases of social-communicative knowledge in modern society. The necessity of study of communicative processes is examined for all spheres of activity of man, certain scientific generalizations are done within the framework of development of theory of social communication.*

Надійшла в редакцію 15 червня 2012 року