

6. Сенченко Н. Масс-медиа, пиар, или Кто и как вам компостирует мозги / Н. И. Сенченко. — Киев : Лира-К, 2018. — С. 5.
7. Музыкант В. Теория и практика современной рекламы монография / В. Музыкант. — Ч. 1. — Москва, 1998. — С. 375.
8. Сенченко М. Ера націоналізму. Дійові особи: Націоналісти. Бюрократи. Олігархи / М. І. Сенченко. — Київ : Лира-К, 2018. — С. 102—103.
9. Сенченко Н. Масс-медиа, пиар, или кто и как вам компостирует мозги / Н. И. Сенченко. — Киев : Лира-К, 2018. — С. 173.
10. Кузнецов Ю. Введение в теорию национальной безопасности / Ю. Кузнецов, В. Никольский. — Алма-Ата : Верный. — 1999. — С. 299.
11. Таланчук П. Катехізис Українського Відродження: публіцистика / П. М. Таланчук. — Київ : Університет "Україна", 2018. — С. 22.
12. Сенченко Н. Масс-медиа, пиар, или кто и как вам компостирует мозги / Н. И. Сенченко. — Киев : Лира-К, 2018. — С. 218—219.

*В статті розглянуто особливості діяльності вітчизняних СМІ в контексті інформаційно-психологічного протистояння, окремі проблеми деструктивного впливу мас-медиа, акцентовано увагу на необхідності формування моделі соціальної відповідальності СМІ*

*The article deals with the peculiarities of the domestic mass media activities in the current conditions in the context of information-psychological confrontation, the problems of destructive mass media influence and the necessity of forming a model of social mass media responsibility.*

Надійшла до редакції 18 жовтня 2018 року

## УДК 07:316.776



**Оксана Телен,**  
заступник директора з навчальної роботи  
Ужгородського коледжу культури і мистецтв,  
здобувач НАКККіМ

### **Еволюція соціально-комунікаційних моделей як об'єкт наукової рефлексії**

*У статті порушено актуальне питання потреби історико-еволюційного аналізу розвитку моделей соціальної комунікації. Швидке насичення сучасного медіапростору новими технологіями та сервісами змінює середовище здійснення комунікаційного процесу й характеристики учасників комунікації. Доведено важливість виявлення нових концептів моделювання відносин між учасниками комунікаційної взаємодії, що дасть змогу забезпечити адекватний вибір моделей, а також визначити стратегічні напрями розвитку комунікаторів.*

**Ключові слова:** медіапростір, соціальна комунікація, концепт моделювання, ІТ-модель, медіамодель, наукова рефлексія

*Вступ.* Комунікаційні моделі є одним із актуальних напрямів сучасних медіадосліджень. Комп'ютерні технології (КТ), інформаційні технології (ІТ), інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) нині є головним чинником розвитку соціально-комунікаційних моделей. Становлення техніко-технологічної бази інформаційного суспільства сприяло створенню нового соціокультурного середовища, основу якого становлять комп'ютери, інформаційні бази та інформаційні системи, технології доступу до інформації та стратегії її використання у соціально-культурній системі соціуму. Зі свого боку, стрімкий прогрес в цій сфері зумовив формування віртуальної реальності й зміни у вимогах до організації соціальних середовищ діяльності та життя. Повною мірою процес інформатизації торкнувся й бібліотечної справи, зокрема підходів до пошуку адекватних відносин із користувачами. У професійно-освітній сфері актуалізувалися питання медіаосвіти учасників комунікаційного про-

цесу, визначення стратегій змін в організації професійних середовищ бібліотек, закладів професійної підготовки та підвищення кваліфікації бібліотекарів. Прогресивний розвиток комунікаційних технологій на основі мультимедіа спричинив новий етап змін у теорії та практиці використання моделей соціальних комунікацій.

Для дослідження аспектів еволюціонування моделей соціальних комунікацій методологічно виваженим є залучення до пропонованої роботи підходів, що відповідають її меті — розглянути історико-еволюційний ланцюг змін, що відбувалися у представленні комунікаційного процесу впродовж розвитку технологічного базису суспільства та соціальної комунікації. Відповідно, маємо звернутися до аналізу трансформацій у комунікаційних моделях, оскільки вони зачіпають не лише технологічну базу, а й характеристики основних елементів комунікативного процесу. В цьому контексті вагому роль відіграли теоре-

тичні та практичні моделі комунікації, створені впродовж попереднього періоду, аналіз яких доповнює знання про власне комунікацію, комунікаційний процес та елементи комунікації й доводить, що кожна нова модель дає змогу наблизити практику їх використання в нових умовах. Зауважимо, що моделювання будь-якого об'єкта зазвичай є ознакою досягнення теорією етапу практичної реалізації здобутих уявлень про об'єкт, що моделюється [1, с. 92]. Те саме стосується й моделей соціальних комунікацій, стрімке формування яких збіглося з поступовим входженням суспільства до інформаційної доби, інформатизації та медіатизації соціокультурної діяльності.

Наближення до сутності змін, що відбуваються у комунікаційному процесі в умовах медіа, спонукає вдатися до методу наукової рефлексії. До проблематики пропонованої статті близьке твердження Н. Кузнєцової, котра тлумачить її як метод "самоопису системи" або її складників [2]. На думку фахівця, "суспільство, мова, особистість, наука (у сукупності складників її наукових дисциплін), мистецтво загалом (театр, живопис, література тощо) — все це приклади систем із рефлексією [там само]. До них також можна віднести систему соціальних комунікацій. Рефлексія, згідно з поглядами дослідниці, трансформує наслідування й проходження зразками (що перебуває, за визначенням, у минулому) у планування майбутніх дій. Поділяємо також і думку авторки про те, що проектувальна функція рефлексії пов'язана не тільки з постановою завдань, а й з конкретними зразками об'єкта.

*Виклад основного матеріалу.* Виникнення перших моделей комунікації зумовило становлення не лише соціально-комунікаційної сфери, а й інформаційної індустрії, що стала основою інформаційного суспільства, новим етапом індустріалізації суспільного життя. Значний вплив на формування комунікаційних моделей чинили кібернетика, інформатика, теорія зв'язку. Моделі комунікації виходили з уявлень про моделі інформаційного обміну, пов'язані з класичною кібернетичною моделлю К. Шеннона (1949). Вона стала основою для розроблення багатьох інформаційних моделей, спрямованих на розв'язання прикладних завдань різноманітних галузей виробництва інформації, її зберігання, трансляції, конвертації на нові носії, поширення комунікаційними каналами. Однак зауважимо, що вже у 50—70-ті рр. ХХ ст. до розроблення комунікаційних моделей долучилися соціологи, психологи, антропологі, культурологи, лінгвісти, педагоги, фахівці галузі ЗМІ. Це була реакція наукової спільноти на майже безмежне проникнення ІКТ до всіх сфер суспільного життя. На початку ХХІ ст. стало зрозумілим, що в соціальному середовищі сформувався новий життєвий простір — медіапростір, що стало можливим завдяки можливості поєднання доступу до інформаційних ресурсів в інтернет-середовищі, а також новим умовам взаємодії комунікаторів.

У той період обмеженість інформаційного підходу до моделювання комунікаційного процесу виявлялася насамперед у характеристиці основних елементів моделювання. Головним завданням стало забезпечення переведення традиційних інформаційних процесів на новий технологічний рівень, а також формування високої інформаційної культури, яка значно вплинула на ставлення суспільства до інформації й комунікації. Водночас класична формула комунікації "комунікатор — повідомлення — реципієнт" зберігалася, що відповідало традиційній лінійній моделі обміну повідомленнями, натомість ставлення до комунікаційної взаємодії, вироблене до інформаційної ери, значно змінилося в умовах розвитку медіасфери. Нові умови реалізації комунікаційного акту потребували розширення моделі комунікації, яка б охоплювала більшу кількість елементів, що водночас із характеристикою учасників взаємодії як власне процесу обміну інформацією вимагають введення до розгляду властивостей інформації її каналу, характеристик реципієнта та ефекту комунікації як зміни стану комунікатора та реципієнта.

Трансформації в умовах здійснення комунікативних дій в новому інформаційному просторі спонукали дослідників до розроблення нелінійних комунікаційних моделей. У наш час нелінійність є відмінною рисою комунікаційних моделей медіапростору. До них, зокрема, належать такі: модель Уестлі/Макліна, яка передбачила появу сучасних моделей івент-менеджменту; модель Осгуда/Шрамма, яка дає змогу робити акцент на контенті в процесі комунікації; моделі Малецьке та Дж. Ріллі, що розкривають елемент групової взаємодії; модель МакГайра, до якої входять елементи уваги, розуміння, прийняття та спільної дії; модель Фішбейна/Айзена, що дає уявлення про вплив установок, наміру, поведінки учасників комунікації. Крім того, варто нагадати про модель М. Бахтіна щодо смислонасиченості комунікативного акту в єдиному хронотопі.

Найважливішим моментом забезпечення якісно нових умов взаємодії сторін у процесі комунікації стала поява мультимедійних технологій, які повернули уявлення про можливість залучення суб'єктів комунікації до процесу створення та використання віртуального соціального простору. Першими підхопили нову хвилю комунікаційних можливостей представники ЗМІ та освіти. На нашу думку, медійні технології стали новим етапом розвитку моделей комунікації в освітньому процесі та вперше в історії впровадження соціальних інновацій широко увійшли до сфери освіти й соціальної взаємодії, випереджаючи цей процес в інших галузях суспільної діяльності. Як зазначалося, моделі комунікації в умовах інформатизації практично було реалізовано, а швидкий розвиток комунікаційних технологій і становлення медіапростору суспільства спонукали до пошуку нових підходів у моделюванні комунікаційного процесу.

Медіапростір став феноменом, який одразу захопив представників масових комунікацій. Вивчення моделей в маскомунікаційному просторі стимулювало дослідження характеристик системи відносин між виробниками й споживачами масової інформації, нових форм ЗМІ та їхніх функцій. Останні роки найважливішу тему досліджень та обговорень фахівців становлять контентний і контекстний аспекти мас-медіа [3]. Науковці зауважують, що медіапростір є соціальною системою, тому всі його структурні складники: телепростір, радіопростір, простір друку, інформаційних мереж тощо — взаємопов'язані та підкоряються загальним закономірностям розвитку його будови загалом [4].

Проблеми динаміки медіапростору можна розглянути на будь-якому з його структурних елементів. Підвищену увагу спочатку привертав телепростір, оскільки він був наймасовішим і швидко розвивався на основі нових систем телезв'язку. Попри поширення Інтернету, телебачення, що стало цифровим, продовжує конкурувати з іншими комунікаційними каналами. На думку фахівців, телебачення утримує свої позиції впливу через високий рівень залученості широкої аудиторії [5], хоча, у контексті медіакритики, виразні тенденції до зростання його дисфункціональності [6, с. 23]. Отже, розв'язання проблем майбутнього розвитку телебачення, безумовно, потребує рефлексії та теоретичної інтерпретації відомостей про телекомунікацію.

Освіта також є комунікаційним інститутом суспільства, тому процеси рефлексії й пошуку нових моделей комунікації в цій сфері стають важливою ланкою розроблення необхідних підходів до вирішення питання адаптації комунікаційної взаємодії до сучасних соціально-культурних умов. На прикладі освіти можемо розглянути основні зміни, що віддзеркалюють становлення нових характеристик базових елементів комунікаційного процесу.

Електронна освіта сьогодні є головною темою організації освітнього процесу, зміни ролей учасників комунікації, трансформації її інформаційного та дидактичного наповнення [7]. Ймовірно, це відповідь на виклики сучасності, за яких освіта стає стратегічним напрямом розвитку суспільства, а отже слід зміцнювати та оновлювати зв'язки між вищою освітою, ринком праці й іншими сферами соціуму. Важливо, щоб комунікаційні установи забезпечували нові соціальні потреби, зокрема слід досягти балансу між новим розвитком ІКТ і компетентністю викладачів, які формують комунікаційний контент.

Варто наголосити на зміні комунікаційної характеристики викладача як комунікатора. В умовах медіапростору викладач — це посередник між інформаційними ресурсами і студентами. Активність комунікатора спрямована насамперед на створення простору зв'язків всередині навчальних груп, кругового зв'язку між студентами, забезпечення для

групи та кожного студента точок входу в навчальний ресурс, єдиної точки перетину повідомлень, зворотного зв'язку. Фактично викладачі стають медіумами, тобто "засобом" встановлення зв'язку між учасниками освітнього процесу, який має бути двостороннім. У моделі медіакласу варто враховувати спільний рух, за якого комунікатор і реципієнт постійно змінюють ролі. Завдання викладача полягає у вибудовуванні початку запуску спіралеподібної моделі й залученні студентів до реалізації освітніх завдань і спільного коригування обміну інформацією до моменту досягнення загальної освітньої мети.

Щодо змін студентів як учасників освітньої комунікації, вирізимо окремі з них, враховуючи їх активне вивчення та експерименти в галузі медіаосвіти. У медіаосвітньому просторі студентів характеризують як Net Generation Students, яких відрізняє, зокрема, висока мотиваційна активність, задоволення від участі у створенні смислів, усвідомлення того, що вони не лише споживачі інформації, а і її виробники [8; 9].

У найпростішій моделі ІТ-класу було представлено класичний ланцюг головних елементів комунікації: зовнішнє освітнє середовище — внутрішнє освітнє середовище — викладач (комунікатор у навчальному процесі) — студент (реципієнт). Завдання викладача полягало у забезпеченні досягнення студентами необхідного рівня комп'ютерної та інформаційної грамотності як умови освітньої комунікації; зосередження уваги здебільшого на доступі до інформації й технічних навичках. Функціями викладача були спостереження та консультування, або тьюторство [10]. Згодом дослідники констатували початок ери Web 2.0 в освіті, розширилося й поняття медіаграмотності, що передбачає низку комунікаційних компетентностей, зокрема здатність аналізувати, оцінювати, створювати та діяти, використовуючи різноманітні форми комунікації [8]. Оскільки нині студенти здебільшого є активнішими й досвідченішими користувачами медіа-технологій і сервісів, ніж викладачі, важливо розв'язати проблему опанування медіа-технологій обома сторонами освітньої комунікації. Це питання актуальне не лише для навчальної сфери, і не лише для України, зокрема дослідники висловлюють близьку до нашого розуміння оцінку сучасних тенденцій, наводячи приклади того, як в Гонконгу школи інтегрують ІТ до медіаосвіти [там само].

Потребує уваги проблема активної інтеграції соціально-комунікаційної діяльності з соціальними медіа, які також чинять значний вплив на зміну комунікаційних засад соціальної взаємодії [11]. Отже, рефлексія з огляду на моделі соціальної комунікації потребує ретельного ставлення до розроблення пропозицій щодо впровадження нових медіаможливостей у сферу комунікаційної взаємодії. На додаткове дослідження й аргументації заслуговує думка про те, що в умовах медіа посилюватиметься автономія учас-

ників мережевої комунікації [8]. Такій позиції суперечить тенденція наближення суспільної діяльності до комунікаційного насичення й посилення важливості існування загальної цільової компоненти, що поділяють учасники комунікаційного акту.

Сучасний економічний контекст характеризується зміною та появою нових моделей виробництва й інновацій на основі ноу-хау, його застосування, опрацювання інформації. Ця думка доволі слушна, адже комунікація в нових умовах базується на константах, до яких належать елементи класичної моделі, а перемінні складники формуються поступово в процесі еволюціонування структурної будови медіапростору. Зазначимо, що власне медіапростір має певні рівні розвитку, які досягають інтегрованої, цілісної форми тільки в добу медіасистеми.

*Висновки.* Розгляд еволюційних етапів формування моделі комунікаційної взаємодії в медіапросторі актуалізує питання про потребу ґрунтовного вивчення узагальнень для отримання нових даних, що характеризують комунікаційний процес. Це стосується підсистеми соціальних комунікацій загалом. Отже, розгляд комунікаційного процесу в його історичній ретроспективі та емоційній послідовності вважаємо перспективним стратегічним напрямом досліджень у галузі соціально-комунікаційної теорії.

Враховуючи переваги медіатехнологій, можливості медіапростору у створенні нових умов комунікаційної взаємодії в суспільстві, варто зважати на технічний бік питання, інформаційну та цифрову різницю в медіапросторі. Крім того, ще не вироблено єдиних підходів та принципів соціальної взаємодії, які передбачають уміння будувати відносини між комунікаторами з огляду на рівень їхніх психічних і когнітивних характеристик, здатність сприймати інформацію щодо модальності її подання, формування стратегій, обсягу, гуманістичної цінності пропонованого ресурсу або контенту, медіаетики.

Подальше вивчення особливостей створення нових моделей комунікації в сучасному медіапросторі дасть змогу глибше осмислити істотні зміни, що відбуваються в соціально-комунікативній підсистемі суспільства й позитивно вплине на розвиток соціально-комунікативної теорії та практики.

#### Список використаної літератури

1. Цехмістрова Г. С. Основи наукових досліджень. Навчальний посібник / Г. С. Цехмістрова. — Київ : Видавничий дім "Слово", 2004. — 240 с.
2. Кузнецова Н. И. Научная рефлексия как объект историко-научного анализа / Н. И. Кузнецова // Проблемы рефлексии. — Новосибирск, 1987. — Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/refkult/txt04.htm>. — Загл. с экрана.
3. Грищенко О. М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект) : автореф. дис. ... д-ра політ.

- наук / О. М. Грищенко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. — Київ. — 2003. — 33 с.
4. *Квіт С.* Масові комунікації : підручник / С. Квіт. — Київ : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2008. — 206 с.
5. *John P.* Improving classroom learning with ICT / P. John, Robertson S. & Sutherland R. — Routledge, 2008.
6. *Потятиник Б.* Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика / Б. Потятиник. — Львів : ПАІС, 2004. — 312 с.
7. *Collins A.* Rethinking education in the age of technology: The digital revolution and schooling in America / A. Collins, R. Halverson. — New York, NY : Teachers College Press, 2009.
8. *Lee A. Y.* Media education in the School 2.0 era: Teaching media literacy through laptop computers and iPads / Lee A. Y. // Global Media and China, 1(4). — 2016. — Mode of access: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2059436416667129>. — Title from the screen.
9. *Collins A.* Rethinking education in the age of technology: The digital revolution and schooling in America / A. Collins, R. Halverson. — New York, NY : Teachers College Press, 2009.
10. *Меллинг М.* Электронное обучение. Рекомендации руководителям библиотечных и информационных служб: пер. с англ. / М. Меллинг. — Москва : Омега-Л, 2006. — 224 с.
11. *Vickers R.* Media culture 2020: collaborative teaching and blended learning using social media and cloud-based technologies / R. Vickers, J. Field, C. Melakoski // Contemporary Education Technology. — 2015. — Vol 6. — No. 1. — P. 62—73. — Mode of access: <http://www.cedtech.net/articles/61/614.pdf>. — Title from the screen.

*В статтє поднят актуальний вопрос о необходимости историко-эволюционного анализа развития моделей социальной коммуникации. Быстрое насыщение современного медианпространства новыми технологиями и сервисами меняет среду осуществления коммуникационного процесса и характеристики участников коммуникации. Доказана важность выявления новых концептов моделирования отношений между участниками коммуникационного взаимодействия, что обеспечит адекватный выбор моделей, а также очертит стратегические направления развития коммуникаторов.*

*The article raises the urgent question of the need for history-evolutionary analysis of the development of social communication models. The rapid saturation of the modern media space with new technologies and services is changing the environment of the communication process and the characteristics of the communication participants. It is important to identify new concepts of modeling relations between the participants of communication interaction, which would provide an adequate choice of models, as well as would outline the strategic directions of communicators' development.*

Надійшла до редакції 16 листопада 2018 року