

МІНІСТЕРСТВО НАУКИ ТА ОСВІТИ УКРАЇНИ
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Н. І. Моїсєєва

**Соціально-комунікаційна діяльність
як історико-суспільна практика**

Монографія

Харків
ХНТУСГ
2015

УДК 007:316.77

ББК 60.524.224

М 74

Рекомендовано до друку Вченою радою
Харківського національного технічного університету
сільського господарства ім. Петра Василенка
Протокол № 9 від 25.06.15 р.

Рецензенти:

Біличенко О. Л. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри української мови та літератури Донбаського державного педагогічного університету

Шемасва Г. В. – доктор наук з соціальних комунікацій, професор кафедри бібліотекознавства та соціальних комунікацій Харківської державної академії культури

Слободяник М. С. – доктор історичних наук, професор кафедри документознавства та інформаційно-аналітичної діяльності Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

Моїсєєва, Н.І.

М 74 Соціально-комунікаційна діяльність як історико-суспільна практика : монографія / Н. І. Моїсєєва. — Х. : ХНТУСГ, 2015. — .

ISBN

У монографії вирішуються завдання теоретичного обґрунтування комунікаційної діяльності та структур загальнолюдської практики. Розглядаються історико-еволюційні умови розгортання комунікаційної діяльності, етапи становлення як системи комунікаційних практик. Матеріал монографії покликаний поглибити уявлення про феномен комунікації в соціально-комунікаційній теорії, узагальнити дослідження комунікаційного процесу, виявити тенденції подальшої інтеграції соціально-комунікаційного знання та комунікаційної практики

Для науковців, фахівців галузі соціальних комунікацій, викладачів, аспірантів та студентів вищих навчальних закладів.

УДК 007:316.77

ББК 60.524.224

ISBN

© Моїсєєва Н.І., 2015

©ХНТУСГ ім. П. Василенка, 2015

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	14
1.1. Аналіз наукових засад формування діяльнісного змісту соціальної комунікації.....	14
1.2. Вивчення соціально-комунікаційної діяльності в теоретичному полі соціально-комунікаційного знання.....	42
1.3. Праксеологічні ознаки соціально-комунікаційної діяльності.....	72
РОЗДІЛ 2. ЕТАПИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО- КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВИДУ СУСПІЛЬНО-ІСТОРИЧНОЇ ПРАКТИКИ.....	99
2.1. Виникнення засобів комунікаційної взаємодії (біосоціальний етап суспільної взаємодії).....	99
2.2. Дописемна комунікація (образотворча комунікація, усна).124	
2.3. Виникнення техніки письма та механічних технологій комунікаційної діяльності в суспільств.....	134
2.4. Автоматизовані технології соціально-комунікаційної діяльності (електронна комунікація).....	151
РОЗДІЛ 3. МОДЕЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІ- КАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ЇЇ РОЗВИТКУ.....	177
3.1. Інформаційно-комунікаційний процес як основа становлення соціально-комунікаційної діяльності.....	177
3.2. Модельні зразки соціально-комунікаційної діяльності.....	192

3.3. Соціально-комунікаційна діяльність у глобальному інформаційному процесі.....	214
---	-----

РОЗДІЛ 4. ПРОСТОРОВО-СЕРЕДОВИЩНІ

ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	225
--	------------

4.1. Розвиток соціально-комунікаційної діяльності в умовах медіатизації культури.....	225
---	-----

4.2. Інтеграційні передмови формування корпусу професіональних комунікаторів.....	249
---	-----

4.3. Визначення напрямів інтеграції комунікаційної етики професійних комунікаторів.....	260
---	-----

РОЗДІЛ 5. КОМУНІКАТИВНА ПРАКТИКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТАН СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН.....	275
--	------------

5.1. Комунікативна практика як засіб засвоєння досвіду комунікаційної діяльності та суспільної реальності.....	275
--	-----

5.2. Людина у просторі комунікацій.....	296
---	-----

5.3. Тенденції трансформацій соціально-комунікаційної діяльності та формування комунікативної компетентності в суспільстві.....	317
---	-----

ПІСЛЯМОВА.....	342
-----------------------	------------

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	350
--	------------

ВСТУП

Процеси, що відбуваються в сфері соціальних комунікацій, без перебільшення можна вважати соціально-культурною революцією. Світ соціальних комунікацій став безмежним як в просторі, так і у часі. Комунікаційні зв'язки охопили увесь суспільний простір завдяки потужним технологічним змінам і новим можливостям генерування, фіксації, збереження, передачі інформації та знань у суспільстві.

Глобалізація в соціально-комунікаційній системі впливає на життя сучасного суспільства через створення умов глобального зв'язку на основі мультимедійних комунікаційних систем та мереж, формування світових медіа-організацій загального доступу до інформації. Виникає простір вільного руху культурних смислів, що відбиває розмаїття соціокультурних надбань людства. Такий простір впливає на потреби людей, змінює їх звичайні умови життєдіяльності як в особистому, так і в суспільному плані, вимагає нової організації життя. Акцентація зусиль на організації ефективного комунікаційного простору сьогодні трансформується у найважливішу проблему соціально-комунікаційного знання і потребує розгляду у масштабі суспільної практики.

Дослідження комунікації має давню історію та є предметом вивчення у філософії, лінгвістиці, соціології (зокрема, в соціології комунікацій), психології, інформатиці, бібліотекознавстві, теорії масових комунікацій, а також в теорії соціальних комунікацій. На нашу думку, такі комунікаційні структури суспільства як бібліотеки, архіви, музеї, освітні інституції, органи державного управління, мас-комунікаційні установи забезпечують якісний аспект використання технологічних досягнень інформаційного суспільства. Вони виконують функцію забезпечення взаємодії або обігу інформації в суспільстві з використанням усіх комунікаційних каналів, що є доступними в той чи інший історичний період. Структурно-функціональні, системні, змістовно-цільові аспекти соціально-комунікаційної діяльності знайшли відображення у численних моделях, що започатковані у роботах Г. Лассуелла, К. Шеннона, У. Уівера, Т. Ньюкомба, Дж. Гербнера, Б. Вестлі, А. Тена, Н. Макнейла, К. Кастельса.

У контексті нашого дослідження ми виходимо з того, що соціальна комунікація є опосередкованим процесом створення, зберігання, розподілу, розповсюдження, обміну і сприйняття

інформації та знань, який формується під впливом соціально-історичних, соціально-економічних, соціально-психологічних факторів і розвивається завдяки техніці та технологіям його відтворення в системі суспільної взаємодії. Розмаїття аспектів розгляду феномену соціально-комунікаційної діяльності подано у роботах відомих закордонних фахівців: Е. Андерсон, С. Борісєва, Т. Вартона, Т. Дрідзе, Д. Гавра, Б. Кашкіна, В. Конєцької, Ю. Лотмана, В. Петрова, В. Сулімова, С. Томасєна, а також у роботах вітчизняних науковців: М. Андрущенко, В. Бакірова, В. Вандишева, Л. Губєрського, С. Заветного, В. Іванова, І. Карпенка, В. Лозового, В. Лук'яня, С. Пазиніча, О. Пономарьова, Т. Примак, О. Трішук. Спеціально теоретичні аспекти у загальносистемному вигляді, а також на підсистемно-прикладному рівні реалізовані в роботах І. Давидової, Н. Драгомирецької, Ф. Бацевича, В. Бебика, В. Ільганаєвої, С. Квіта, Т. Колбіної, Т. Кузнєцової, Н. Лумана, Б. Потятиника, Г. Почепцова, В. Різуна, А. Соколова, Ю. Хабєрмаса, О. Холода, Г. Шємаєвої.

Актуальність обраної теми монографічного дослідження зумовлена тим розривом, що виявився між потребами сучасної суспільної практики, де сфера праці комунікаційних фахівців поширилася на всі соціальні підсистеми суспільства, і відсутністю взаємодії та загальних стандартів у практиці здійснення комунікаційної діяльності в суспільстві, що стало глобальним. Інституціональним процесам у соціально-комунікаційній сфері присвячені роботи В. Березенко, О. Васильєва, Н. Драгомирецької, О. Зєрнецької, В. Ільганаєвої, В. Різуна, А. Соколова, А. Шалімова.

Трансформаційні процеси соціально-комунікаційної взаємодії, що зумовлюються створенням сучасного медіа простору змінюють роль знаків і знакових систем з точки зору їх презентування та сприйняття, а також відкривають нові перспективи розвитку соціально-комунікаційних явищ. Цей процес забезпечує різноманітність способів та форм групової кооперації, на основі яких соціальний простір функціонує як символічна реальність життєвих стилів і статусних груп. Нові тенденції знаходять відображення у публікаціях фахівців, що вивчають медіа простір: Т. П. Абакірова, Дж. П. Барлоу, С. В. Бондаренко, П. І. Бєрєславський, О. Є. Войскунський, Д. В. Галкін, О. Гро, Б. Гройс, В. М. Діанова, Д. Дєнієлс, Л. М. Землянова, М. Кастельс, Н. Б. Кирилова, Н. Луман,

Л. Манович, Л. В. Нургалєєва, А. В. Ольшанська, В. В. Савчук, Л. В. Стародубцева, М. О. Тарабанов, Дж. Томпсон, Л. Д. Тюлюпова, А. М. Фортунатов, А. Хансен.

Аксіологічні й ідеологічні норми вписані в це ідентифікаційне середовище. З розвитком мережевих відносин ресурсний підхід щодо вивчення інформації змінився комунікаційним. Дослідження самого феномена інформаційної взаємодії як універсального явища дозволило розглядати сучасне суспільство не лише як результат технологічного прориву в простір гнучких комунікаційних відносин, що об'єднали різні системи господарювання, науки, освіти, культури в єдине інформаційне середовище, але й як один з підсумків розвитку системи причинних зв'язків у суспільстві. Важливе місце у цьому складному процесі посідають системи, що базуються на розробці ідеологічних та аксіологічних нормативів.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що феномен «соціально-комунікаційна діяльність» поки що не отримав певного місця в структурі об'єктно-предметного поля соціально-комунікаційного знання. У зв'язку з цим виникає проблема визначення об'єктивно-можливого і конкретно-історичного, де перший враховує рівень теоретичного осмислення феномену комунікаційної діяльності, а другий дає підстави аналізу ситуації, пов'язаної з інституційними ознаками комунікаційної діяльності в суспільстві. Тому виникає потреба звернутися до аналізу основних наукових підходів до визначення поняття «комунікаційна діяльність», а також його використання в соціально-комунікаційному знанні.

Сучасні дослідження комунікаційної діяльності мають включати в себе аналіз електронного середовища здійснення комунікаційних зв'язків, що змінюють соціально-психологічні умови засвоєння інформації та знань, а також розуміння контенту, що циркулює в медіа-просторі суспільства. Саме міждисциплінарна взаємодія як природний стан сучасних соціально-гуманітарних наук дозволяє дати більш точну і різнобічну картину процесів аксіологічного та ідеологічного конституювання інформаційного суспільства (Т. Кузнецова, Л. Нургалєєва, А. Ольшанська, Л. Тюлюпова, О. Холод).

Концепт «інформаційне суспільство» став головним у формуванні поглядів сучасників на процеси соціокультурного розвитку людства протягом усього попереднього століття. У

своїх роботах його використовували відомі закордонні й вітчизняні дослідники, представники різних наукових напрямів і парадигм: Р. Абдєєв, Д. Белл, Г. Бехманн, Дж. Ватгімо, В. Даніл'ян, А. Єляков, В. Зотов, В. Іноземцев, Н. Луман, Й. Масуда, Ф. Махлуп, М. Порат, Е. Семенюк, Т. Стоуньєр, Е. Тоффлер, А. Урсул, Ю. Хабермас, Ю. Шрейдер.

Загальновідомо, що технологічний фактор завжди відігравав значну роль у соціальному прогресі людства. Технологізація суспільства, включення її до сфери соціального управління стали визначними факторами глобальних змін у суспільному житті. Тим не менш, роль цих факторів не мала б таких серйозних наслідків для людства, якби вони не викликали структурних змін в системі суспільних зв'язків та відносин. Суспільна практика та пізнання все більше набувають ознак виробництва, що займається обробкою і переробкою величезних масивів інформації та знань, накопичених людством, а також стають опосередкованими наслідками соціальної діяльності сучасного покоління. Все це відбувається фактично у реальному часі, спостерігається усіма учасниками процесу, оскільки межі виробників та споживачів продуктів цього виробництва майже розмиті. За оцінками дослідників, ми знаходимося на вершині «третьої хвилі» (Е. Тоффлер), наслідками якої є руйнування жорстких і догматичних соціально-діяльнісних систем. Суспільство вступило на шлях глобальної демократизації усіх суспільних систем, утвердження плюралізму думок, посилення толерантності до представників різних культур, соціальних статусів, конфесій тощо. Спостерігаються процеси соціально-культурної інтеграції, що накриває всі її складові: економіку, політику, освіту, виробництво, мистецтво, науку. Взаємне проникнення або соціально-культурна дифузія існуючих спільнот є головною ознакою цивілізаційного буття сучасності. Все більше відчувається потреба у подальшому визначенні ролі людини як суб'єкту соціальної дії, її обізнаності у наслідках своєї «прогресивної» діяльності, у цілях, засобах, призначенні, можливостях розширення соціальної взаємодії в суспільстві.

В умовах глобалізації й формування інформаційного суспільства, особливо на його вищій стадії медіатизації, трансформується роль суспільних інститутів, зокрема державних. У структурі соціального управління виникають електронно-мережеві інституції управління, регулювання і контролю. Новим формоутворенням у цій сфері є електронний

уряд, що здійснює головні функції з регулювання відносин між суб'єктами соціальної дії: індивідами, групами, інституціональними структурами суспільства. Змінюється не лише форма, а й зміст функціонального наповнення їх діяльності, до якого входить низка завдань, що пов'язані з новими умовами. Найважливішими з них стають: забезпечення рівних прав доступу до інформаційних ресурсів суспільства і, зокрема, до офіційної інформації, формування умов та процедур електронної демократії, надання електронних послуг, регулювання відносин у глобальній мережі Інтернет, здійснення та регулювання електронних фіскальних послуг, проведення дистанційного консультування, контроль фінансової діяльності тощо.

Незважаючи на безліч досліджень науковців та фахівців, остаточно завершеність концепції інформаційного суспільства так і не склалася. Динамічний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій з середини ХХ ст. швидко призвів до формування соціально-комунікаційної підсистеми суспільства. Це надало підстави дослідникам говорити про комунікаційне суспільство, що наслідувало попередній стан суспільства як інформаційного, ідея якого розроблялася у відповідності до поширення інформатизації суспільства та технічних засобів суспільної взаємодії. Але слід визнати той факт, що вже тривалий час зберігаються розбіжності у поглядах на характер, сутність процесів перетворення суспільної практики під впливом впровадження інформаційного засобу виробництва, перспективи рівноважного розвитку процесів інформатизації у глобальному масштабі. Спостерігається також наявність інформаційно-розвинутих та інформаційно-нерозвинутих країн. Цей стан вже не залежить лише від його оцінки, виходячи із кількісних параметрів, що характеризують кількість комп'ютерної техніки, кількість підключень до національних і глобальних мереж, рівень засвоєння населенням документально-інформаційних технологій, а також рівень засвоєння програмно-технологічних комплексів у соціокультурній сфері суспільства в цілому. Слід зазначити, що кількісні показники інфраструктури інформаційного суспільства постійно доповнюються новими можливостями доступу до глобального комунікаційного простору завдяки новітнім засобам зв'язку та телекомунікацій (мобільний телефон, супутниковий Інтернет). Водночас якісні характеристики інформаційної стабільності, що визначають

сутність порушення інформаційної рівноваги в суспільстві, часто залишаються поза увагою дослідників. Виникає питання відносно того, як може бути пов'язаний факт поширення інформації в суспільстві, інформаційної техніки і технологій зі станом суспільних відносин та явищами стабільності й рівноваги в суспільному житті. Певною мірою відповідь на це запитання надає розгляд феномену комунікаційної діяльності або соціально-комунікаційної діяльності, зважаючи на додаткові характеристики універсальних законів взаємодії та особливості їх проявів у процесі суспільної практики.

Щоб утримуватися в цивілізаційному руслі розвитку, Україні потрібно узгоджувати різні групи певних протиріч. Інструментом вирішення проблем збалансованої політики соціального управління, позиціонування в системі глобальних міжнародних відносин є соціально-комунікаційна сфера. Сьогодні вона є єдиною сферою узгодження інтересів різних груп, знаходження ефективних рішень через наближення позицій авторів суспільної взаємодії, встановлення взаємопорозуміння між особистістю, різними суб'єктами суспільства і державою. Треба враховувати і той факт, що сфера взаємодії в наш час значно розширилася за рахунок мережевого комунікаційного простору, який активно засвоюється усіма учасниками політико-громадянського суспільства в Україні.

Сучасний комунікаційний простір створює практично рівні умови для всіх учасників комунікаційного процесу щодо безпосередньої участі у волевиявленні й забезпеченні прав та свобод. Залишається питання, як це зробити найбільш ефективними засобами, виходячи з яких цілей та дотримуючись чітких інтересів.

Вивчення соціально-комунікаційної діяльності в системі конструктів суспільно-історичної практики на основі основних положень соціально-філософського, системно-діяльнісного, соціокультурного аналізу, інтеграційного науково-дослідницького дискурсу буде сприяти розкриттю науково-конструкторського потенціалу соціально-комунікаційної теорії.

Вивчення змін комунікаційної практики в історичній перспективі та їх сучасних проявів дозволять виявити загальнонаукові та спеціальні теоретичні положення відносно біосоціальної мовної природи комунікації, взаємодоповнюваності вербальних і невербальних засобів комунікації, особливості їх мультиплікації в умовах медіатизації

сучасного комунікаційного простору і становлення мультимодальної культури.

Актуальність подальшої розробки теорії про роль та значення соціально-комунікаційної діяльності у духовній культурі суспільства зумовлена зростанням напруження й різким загостренням боротьби за лідерство ідей світового порядку, реальним зростанням обсягів недостатньо керованої інформації в каналах соціальної інформації, потребами упорядкування системно-діяльнісних механізмів генерування, зберігання, опрацювання та подання інформації й знань, необхідністю розробки та глобального використання стандартів доступу до інформаційних ресурсів соціальної пам'яті й забезпеченні екології комунікаційного простору сучасності, його рівноваги і сталості. Суспільство в цілому вже розглядається як комунікаційна система, прогресивний розвиток якої залежить від взаємопов'язаності та взаємоузгодженості всіх її елементів.

З'являється все більше прихильників розуміння залежності суспільних процесів від стану комунікаційних відносин, що стають відображенням нової соціальної реальності: В. Бакіров, П. Браславський, С. Заветний, В. Ільганасва, О. Ковальов, Л. Нургалеева, В. Савчук, А. Родін. Комунікаційний механізм існування суспільства визначає не лише динаміку соціально-культурних процесів, а й сутність цих процесів (Г. Блумер, Н. Луман, М. Маклюен, Дж. Мід, Ю. Хабермас).

Обмін духовними цінностями через історичну перспективу і між сучасними поколіннями, визначення загальнолюдських орієнтирів цивілізаційного прогресу та духовного зростання людства стає головним змістом соціально-комунікаційної діяльності й місією соціальної комунікаційної системи суспільства. Інтерпретація сутності комунікаційних процесів, виходячи з теорії соціальних комунікацій, відбиває реальний стан комунікаційного простору як відображення стану суспільних стосунків на різних рівнях організації соціуму.

Таким чином, складається науково-пізнавальна ситуація, коли сутність сучасної соціальної реальності має вивчатися на основі осмислення нових ситуацій суспільного життя, появи нових соціальних інститутів, їх взаємозв'язку з традиційними, виявлення особливостей учасників суспільної взаємодії. Становлення, розвиток і характерні тенденції системи

соціально-комунікаційної діяльності сучасного суспільства є основною метою нашого розгляду.

У першому розділі монографічного дослідження увага приділяється виявленню стану наукових узагальнень щодо феномену соціально-комунікаційної діяльності. Аналізуються методологічні підходи до її вивчення як на рівні наукового напрямку – соціальні комунікації, так і на рівні досягнень міждисциплінарних досліджень, що довгий час були джерелом формування відповідної теорії. Зауважується щодо недостатнього рівня наукової теоретизації проблеми комунікаційної діяльності в межах теоретико-методологічних розвідок соціально-комунікаційного знання. З погляду соціально-комунікаційної теорії розглядаються питання технологічних та культурних форм організації комунікаційної діяльності, приділяється увага встановленню чинників взаємозв'язку між ними, виявленню можливих шляхів подолання протиріч, що з'являються на шляху розгортання соціально-комунікаційної практики. Виявляються підходи до розуміння інституалізації соціально-комунікаційної сфери суспільства, роль і місце процесу становлення комунікаційної діяльності як окремого виду суспільної практики. Здійснюється аналіз комунікаційної сфери діяльності у конструктивному полі аналізу суспільної практики, її форм, механізмів розвитку, складових діяльності, мети, засобів, знарядь праці, технологій, управління, предметів та об'єктів праці, зовнішніх і внутрішніх умов комунікаційного виробництва, комунікаційних продуктів та послуг. Ставиться питання необхідності вивчення просторово-діяльнісних умов комунікаційної діяльності як інтеграції в системі комунікаційної діяльності в інформаційному суспільстві.

У другому розділі здійснюється аналіз історичних етапів розвитку суспільної взаємодії як об'єктивного соціокультурного процесу, що був зумовлений біосоціальними трансформаціями людини. Аналізуються умови трансформації соціально-комунікаційної діяльності на основі зміни засобів комунікації. Комунікативний потенціал мови як універсального засобу суспільної взаємодії розкривається в процесі еволюції через системні механізми суспільної діяльності, що опосередковані субстанціонально-предметними формами її здійснення в практиці й пізнанні оточуючого людину світу і самої себе. Засоби комунікації є матеріальним компонентом

комунікаційного процесу й відповідають доступним засобам і технологіям передачі, збереження, виробництва та просування комунікаційного продукту в суспільстві. Їх історичний розвиток зумовлений трансформуванням природно-біологічних засобів здійснення суспільної взаємодії (мова, міміка, жести) і доповненням їх штучними засобами (технічними), що у своєму найвищому прояві забезпечують їх інтеграцію у мультисенсорних комунікаційних каналах. Здійснюється порівняльний аналіз структури комунікаційної діяльності у відповідності до засобів комунікаційного зв'язку, зокрема особливостей та стану використання мови в системі соціальних комунікацій, тенденцій розвитку та трансформації мовної комунікації в сучасній системі соціальних комунікацій; визначаються біосоціальний, механічний та автоматизований етапи комунікаційної діяльності. Підкреслюється розгалуженість теоретичних джерел і методологічних установ у представників соціально-комунікаційного напрямку на діяльнісний аспект комунікацій, обмеженість підходів до розгляду комунікаційної діяльності зі здійсненням комунікаційної взаємодії невербальними засобами, усною або писемною мовами, штучними мовами в технічних інформаційно-комунікаційних системах або знаково-символьними засобами в образно-художній комунікації.

У третьому розділі аналізується значення модельного підходу до відображення теоретичного рівня розвитку вивчення соціальної комунікації; закономірний зв'язок модельного ряду комунікації з розгортанням комунікаційної діяльності в суспільстві, дається розуміння перетворень комунікаційної практики в умовах глобалізації.

У четвертому розділі основними аспектами розгляду стають просторово-діяльнісні умови здійснення професійної комунікаційної діяльності, виникнення передмов інтеграції різних суспільних комунікаційних практик, тенденції формування загальнопрофесійної етики комунікаторів.

П'ятий розділ присвячено розгляду стану комунікаційної практики сучасності як засобу засвоєння нових комунікаційних реалій та вивченню її впливу на стан суспільних відносин. Аналізуються особливості комунікаційної поведінки людей в умовах нового комунікаційного простору, обставини, що змінюють розподіл комунікаційних ролей у суспільстві, а також погляди на можливі методи формування комунікаційної

культури інформаційного суспільства. Поки що зберігається ситуація відсутності чіткого розуміння зв'язку між розвитком соціально-комунікаційної сфери суспільства та її впливом на соціальну компетентність людей. Аналізуються тенденції розвитку соціально-комунікаційної діяльності та її вплив на процес засвоєння нового життєвого простору людини.

Сподіваємося, що впорядкування й структурування даних щодо соціально-комунікаційної діяльності поглибить уявлення про цей феномен в соціально-комунікаційній теорії, узагальнить подання об'єктивної ситуації в комунікаційній підсистемі суспільства, накреслить тенденції подальшої інтеграції соціально-комунікаційного знання.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Аналіз наукових засад формування діяльнісного змісту соціальної комунікації

Питання соціально-комунікаційної діяльності стають особливо актуальними з середини ХХ ст., коли суспільна взаємодія визначилася як одна зі складових суспільного прогресу. Науково-технічна революція початку ХХ ст., а потім швидкий процес інформатизації суспільства призвели до серйозних змін в організаційному устрої соціальної діяльності. Інтерес до дискурсивності в комунікаційних системах поступово зростає з 70-х років ХХ століття і пов'язується з роботами Т. ван Дейка, авторитетного голландського лінгвіста, який вперше ввів до наукового обігу поняття семантичної та прагматичної макроструктури, що характеризувала тематичний зміст тексту та його глобальну зв'язаність [70]. Завдяки його роботам поступово склалося уявлення про дискурс як комунікаційне явище, що містить ієрархічну систему знання щодо певного фрагменту дійсності [176, с. 76-78].

Актуальність розгляду соціально-комунікаційної діяльності набуває особливого значення, враховуючи її інституціональні властивості й виокремлення в певну сферу комунікаційної діяльності та сферу наукового пізнання [184; 338; 400]. У наш час соціальна комунікація виступає складним і суперечливим суспільним явищем, яке містить у собі сукупність цілей і намірів, ідей та теорій, відносин і взаємодій, а також спеціальних організацій і установ, що продукують та поширюють інформацію, обробляють й інтерпретують її. При

цьому метою одних з них є прагнення довести до населення певні відомості про соціальні, економічні та інші прояви політики державної влади, другі ж, навпаки, прагнуть приховати правду про дії влади та її наміри, а треті з якихось причин (часто відомих тільки їм) так перекручують інформацію, щоб сформуванню бажаний для себе характер суспільної думки принаймні у певних верств населення або певних соціальних чи професійних групах.

Складність феномену соціальної комунікації вимагає дослідження її проблем та особливостей класифікації за певними ознаками. Так, по-перше, за характером цільової аудиторії, на яку соціальна комунікація спрямована, розглядаються такі її види як міжособистісна, групова та масова. По-друге, за джерелами свого походження комунікація буває офіційною, неофіційною та коментуючою. По-третє, за способами передавання соціальна комунікація буває вербальною (або словесною) та невербальною. По-четверте, за формою засобів чи носіїв інформації соціальна комунікація має розглядатися як здійснювана через засоби масової інформації (насамперед, телебачення та Інтернет, а також радіо, газети, журнали тощо), чутками, виступами певних діячів на мітингах, зборах і т. ін. Нарешті, за великим рахунком, засобами соціальної комунікації можна вважати твори літератури і мистецтва, які звернені до відповідної аудиторії й передають думки та ідеї автора.

Одним з основних функціональних призначень системи соціальної комунікації є поширення інформації та її закріплення в сфері людських стосунків. Загалом, функціональна цільова компонента соціально-комунікаційної діяльності складає найменш вивчену частину в теорії соціальної комунікації [313]. Історична ретроспектива розгляду соціально-комунікаційної діяльності, аналіз біосоціальних та соціальних факторів формування головних напрямів та форм цієї діяльності дають підстави вважати головною метою комунікаційної діяльності координацію дій людей, а також досягнення ними необхідного рівня взаєморозуміння щодо виконання певних соціальних дій або формування певних зразків поведінки. Також в процесі становлення системи соціально-комунікаційної діяльності послідовно здійснювалася мета впливу на населення чи на цільову аудиторію комунікаторами, які були джерелом інформації. В основі формування цієї мети лежать інтереси

еліт, владних структур або власників каналів. Це складає предмет досліджень СК в теорії масових комунікацій [204; 379].

Власне ж завданнями цього впливу можуть бути або формування у людей певної психологічної установки, тобто бажаного погляду на якусь проблему чи ставлення до неї, або зміна існуючої установки у бажаному для суб'єктів комунікації напрямку, або, нарешті, здійснення бажаних зрушень у системі життєвих цілей і цінностей. Аналіз цих цілей і завдань дозволяє дійти обґрунтованого висновку про те, що значна частина прагнень та зусиль суб'єктів соціальної комунікації спрямована на представників підростаючих поколінь, для яких характерна відносно пластична психіка, а система життєвих цілей і цінностей значною мірою ще перебуває у стані формування й тому досить схильна до впливу, який здійснюється системою засобів масової інформації.

Розвиток базового інформаційного ресурсу, доступність населення до нього, необхідне технологічне обладнання для доступу й використання інформації та знань стають умовами досягнення інформаційної, цифрової рівноваги в суспільстві. На це скеровує спеціальний Закон України про інформатизацію [152]. Концентрація зусиль держави щодо виконання завдань інформатизації, медіа просвіти населення не можуть здійснюватися без залучення всіх комунікаційних структур, об'єднання фахівців – професіональних комунікаторів відносно подання інформації, виходячи з інтересів всього населення, а не лише владних груп, подолання спокуси свідомого викривлення інформації в каналах соціальної комунікації. Поширення комунікаційної діяльності та комунікативних практик в усі сфери суспільного життя зумовлюють завдання пошуку загальних закономірностей відтворення комунікаційного процесу у будь-яких суспільних сферах, а також його впливу на стан комунікаторів і досягнення життєво значущих цілей. Так чи інакше, у соціально-філософських теоріях останніх десятиріч ХХ ст. важливе місце посіли та здійснили великий вплив на формування теорії соціальних комунікацій праці й концепції К.-О. Апеля, В. Кульманна, Н. Лумана, Ю. Хабермаса, А. Хоннета. Визначення важливої конструктивної ролі комунікації у становленні й розвитку людської діяльності та в функціонуванні соціальних систем пов'язане з творчістю Т. Парсонса, Р. Мертонна, А. Моля, П. Бурдьє, Н. Лумана, Ю. Хабермаса, В. Валлерстайна, Р. Лассвелла, Д. МакКеуїла та

ін. Поява феномену мережевого суспільства є історичною та теоретичною відповіддю на ситуацію, що складається у новій інформаційно-комунікаційній реальності (за Гороховим В. Г.) [104]. Філософія практичної дії має відійти від звичних концепцій суспільства, що були побудовані на праці, і перейти до нових, які будуються на нових параметрах суспільного простору, що утворюється знанням і суспільною взаємодією заснованою на ньому [там же].

Соціально-комунікаційна теорія має своєчасно перейти від поширених концепцій періоду індустріалізму, постіндустріалізму до нових підходів вивчення комунікаційного простору сучасності, що проявляється у комплексній повноті комунікаційних засобів та інтеграційних процесах відтворення та презентування інформації й знань.

Суспільна діяльність в будь-яких своїх проявах потребує становлення керованого процесу обігу суспільно-значущої інформації, установлених норм, законів, модусів самої суспільної діяльності, а також формулює певні форми закріплення цієї інформації та передачі діючим суб'єктам і наступним поколінням. Нові технічні можливості здійснення зв'язку, а також можливості відтворення загального комунікаційного ланцюга на основі комп'ютерної техніки вивели комунікаційну діяльність на передові рубежі суспільного життя [376].

Важливий внесок у становлення нових уявлень про соціальну діяльність в цілому, технологізацію діяльності завдяки науково-технічному прогресу зробив К. Поппер [363, с. 202]. Йому належить авторство термінів «соціальна технологія» та «соціальна інженерія».

Саме технологічні перевороти, що були пов'язані з базисними інноваціями науково-технічних революцій початку та середини ХХ століття дозволили розкрити значення інноваційної динаміки соціокультурних трансформацій [471, с. 5]. Інновації були включені до циклічно-генетичних закономірностей розвитку суспільства та прогнозування його розвитку. Інновації або нововведення визначаються як внесення до будь-яких видів людської діяльності нових елементів (засобів, знарядь, алгоритмів), що підвищують результативність цієї діяльності. Використовуючи висловлювання Дж. Брайта про те, що процес інновацій як перетворення наукового знання у фізичну реальність, що змінює суспільство, Яковець Ю. В.

підкреслює значення інновацій у функціонуванні та розвитку суспільства [471, с. 30].

Наукою доведено періодичне інноваційне оновлення суспільства. Методологічно важливим для розгляду будь-якої сфери діяльності можна вважати закономірності інноваційного процесу до яких належать: 1 – будь-яка система має свій потенціал розвитку, певний життєвий цикл, при переході від однієї фази до іншої потребує часткового оновлення; 2 – суспільство має загальну тенденцію до зростання й ускладнення, збільшення обсягу та диференціації структури потреб, що вимагає вдосконалення або заміну іншою системою щодо задоволення цих потреб; 3 – природне середовище, що підвладне змінам, вимагає відповідних змін у суспільстві [471, с. 48-49]. До інших закономірностей, що належать до самого процесу інновації, слід віднести: нерівномірно-циклічні зміни інновацій; взаємовплив інноваційних циклів різної тривалості; нерівномірність розподілу інновацій в соціальному просторі; взаємодоповнення соціо-генетичних ознак – наслідування, відбору та мінливості [там же, с. 49-65]. Подальший розвиток технологічних інновацій здійснили дослідники, праці яких аналізує Ю. В. Яковець у своїй роботі [471]: М. Кондратьєв, С. Кузнець, Г. Менш, П. Сорокін, Ф. Бродель та інші, – пов'язують їх з гуманізацією технологій, що передбачає зміну характеру процесу виробництва і місця людини в ньому. Думка, що стає провідною у концептуалізації інноваційної складової суспільної діяльності, містить у собі сподівання про становлення інтегрального соціокультурного укладу і віру, у те, що інновації стануть стрижнем гуманістично-ноосферного постіндустріального суспільства.

Грунтовний аналіз з точки зору соціально-філософського підходу до вивчення соціальної комунікації здійснює в своєму дослідженні А. В. Родін [380]. Він виявляє два основних етапи концептуалізації комунікації: 1 – до початку ХХ століття комунікація була пов'язана із походженням соціальних норм та проблемою монологу й діалогу. Вона розглядалася виключно як засіб трансляції інформації; 2 – у 20-30-х роках комунікація розглядалася як цілісний феномен. Іншими словами, комунікація почала розумітися як соціальна реальність, оскільки соціальність є взаємодією, а будь-яка взаємодія може розглядатися в термінах комунікації. Тоді комунікація

долучається до числа центральних та актуальних філософських тем і розглядається більш докладно.

Із соціально-філософського аналізу суспільних процесів виходять певні методологічні установки щодо наукового вивчення комунікаційних явищ в межах наукового напрямку – соціальні комунікації.

Головними висновками соціально-філософського осмислення соціальної комунікації, що можна вилучити із предметного поля досліджень в цій сфері, і, базуючись на аналізі, проведеному А. В. Родіним [381], можна вважати:

- осмислення в контексті її співвідношення з соціальним інститутом сучасного суспільства;
- розгляд соціальних комунікацій як суспільної реальності;
- формування комунікаційного простору.

Сутність інформаційного суспільства виявилася більш чітко в його комунікаційній стадії, аналіз якої найбільш повно здійснили Н. Луман, Ю. Хабермас [255; 256; 443; 490; 491]. На зміну інформаційному суспільству прийшло суспільство комунікаційне, в якому домінуюче місце посіли інформаційно-комунікаційні потреби та зв'язки між людьми. «Комунікаційний вибух», так проголошується наступ нової епохи [380]. Комунікаційна взаємодія визначає організацію і стає умовою такої організації. Копосов М. Є. стверджує, що суспільство «стрімко розбудовується вздовж нових ліній напруги, і ми найменше можемо бути впевнені в збереженні того світу, в якому звично і комфортно живемо». Подібні проблеми дозволяють по-новому переосмислювати перспективи розвитку людини в умовах панування реальних і віртуальних комунікацій, а також змушують тверезо оцінювати можливості динамічного комунікаційного простору, боротися з його недоліками та створювати необхідні умови для реалізації його позитивних рис [214].

Аргументом цього положення є результати досліджень, які доводять, що злиття інформаційних технологій, інформації й комунікації призвело до розмивання меж матеріального – слова і нематеріального – змісту [393]. Врешті-решт це призводить до появи нової цивілізації, цивілізації знань [104; 253; 359; 380; 393]. У комунікаційному суспільстві знання стають товаром у вигляді кодифікованої інформації, діяльнісних рецептів, схем тощо [209].

Значним стимулом для вивчення феномену соціальної комунікації є філософські концепції, зокрема філософія спілкування. Суспільна природа людина обумовлює саму можливість успішного життя і розвитку тільки за умови її активної участі у спільній з іншими людьми діяльності. Здійснення ж цієї діяльності неможливе без спілкування між її учасниками, яке виступає одним з основних механізмів узгодження можливих цілей та інтересів, координації індивідуальних дій і функцій, визначення характеру стосунків та управління всією діяльністю. Кожна людина на рівні важливих життєвих потреб прагне до спілкування з іншими людьми на повсякденно-побутовому рівні, хоче обговорювати з ними політичні та економічні новини, твори літератури і мистецтва, результати спортивних змагань тощо. Однак складний, багатоаспектний і вкрай суперечливий характер буття сучасної людини не обмежується тільки обміном думками, враженнями та оцінками.

У загальній структурі простору спілкування прийнято виділяти три основних аспекти: комунікативний, пов'язаний з обміном інформацією між учасниками спілкування, інтерактивний, пов'язаний з їх взаємодією в процесі спілкування, та перцептивний, сенс якого полягає у сприйнятті учасниками спілкування один одного [146; 147; 294; 295; 301]. Всі три аспекти є однаково важливими, а феномен спілкування набуває системної цілісності й визначеності тільки за умови їх єдності та взаємодії. І всі вони виступають предметом дослідження у філософії спілкування, яка вже склалася у певну теоретичну систему [294-297; 354]. Пігров К. підкреслює, що соціальна філософія висвітлює та фіксує той факт, що вона, як й інші форми буття духу, є результатом комунікації. Автор зауважує, що тільки у комунікації народжуються смисли [354].

Фундаментальні узагальнення процесів, що відбуваються у суспільстві, найбільш широко розглядаються у філософії, яка швидко реагує на зміни станів суспільства [252]. Такі процеси стали об'єктами теоретичних узагальнень у філософських дисциплінах: соціальній філософії, філософії менеджменту, філософії спілкування; в теорії соціальних комунікацій; в соціології комунікацій. Свідченням цього були філософські узагальнення становлення інформаційного суспільства в середині ХХ ст. У наш час спостерігається, так званий, медіальний зсув у суспільному житті, який вплинув на

формування нового філософського напрямку – медіа-філософії [385; 440].

Філософія завжди вивчала буття людини та створювала когнітивні моделі, що відбивали досягнення матеріально-духовного опанування людиною навколишнього світу, а також пізнання себе. Можна вважати філософію комунікаційним засобом накопичення досвіду людства та передачі його від покоління до покоління. Тобто, як вважає соціальний філософ С. О. Заветний, без спілкування немає філософії, а без філософії немає творчого спілкування [146].

Любов до мудрості, що зумовила формування філософії як «матері всіх наук» формувалася на обміні думками, ідеями, відчуттями та концепціями. Спілкування як універсальна форма обміну інформацією завжди входила до поля наукових інтересів філософів. Традиційно, відносно джерел вивчення спілкування, науковці згадують Аристотеля, Сократа та Платона. З часом сформувалася основна змістовна проблематика філософії спілкування в загальному філософському знанні [295].

Історично, першими були психологічні аспекти спілкування, що увійшли до філософського аналізу, а саме це психологія народів (Г. Гегель), психологія мас (Г. Лебон), інстинкти соціальної поведінки (У. Макдугал), теорія механізмів психологічного захисту (З. Фрейд) [147]. Звернення до психологічних аспектів спілкування співпало зі становленням і розвитком індустріального суспільства та поширенням засобів спілкування, таких як друк, телеграф, телефон, радіо, а також формуванням суспільних комунікаційних підсистем – ЗМІ, бібліотеки, архіви, музеї, освітні структури.

До напрямів філософського аналізу спілкування можна віднести визначення самого поняття, що затвердилося на довгий час, і полягає в обміні інформацією пізнавального або емоційно-оціночного характеру [176, с. 232-236]. Таке ставлення до спілкування накреслило шляхи диверсифікації пізнавальної діяльності впродовж XIX та XX століть. Значну кількість теорій спілкування представлено в роботі [176].

У самій філософії закладена основна форма спілкування – діалог [146; 199]. Карпенко І. В. прямо вказує на те, що визначення філософії як діалогічного способу смислотворення: по-перше, є особливістю самої філософії, де різні смисли, що породжені соціокультурною діяльністю людини, випробують себе; по-друге, цей індивідуалізований, плюралістичний,

поліфонічний світ філософії з хаосу перетворюється на космос, тобто набуває впорядкованої структури і певної архітекτονіки саме завдяки гармонізуючим зусиллям діалогу [там же, с. 83]. Діалог як форма спілкування став предметом досліджень та теоретизації в лінгвістиці, але, спочатку, діалог сприяв розвитку риторики. В наш час діалогічність сприймається як інструмент подолання соціальної деструктивності та налагодження взаєморозуміння між представниками різних культур [211].

Фундаментальним аспектом, який наблизив філософську проблематику спілкування до сучасних уявлень про комунікацію та суспільну взаємодію в цілому, була філософія мови, яка знайшла свою практичну реалізацію в риторичі, що має античні коріння, та у лінгвістиці, що підготувала когнітивний поворот у світоглядній картині сучасного суспільства.

Зміна соціокультурної ситуації в інформаційну епоху поставила нові питання щодо спілкування, взаєморозуміння, комунікаційного фактору суспільної взаємодії на новому рівні ментально-когнітивних конструктів соціальної діяльності, що характеризують поведінку суб'єктів в добу медіатизації культури [175]. Відносно феномену «соціальна комунікація» також виникла потреба поглиблення методологічної рефлексії, щоб більш детально проаналізувати сутність відповідної складової цілісного феномену «комунікації», з'ясувати його онтологічний статус, гносеологічні можливості, аксіологічний та герменевтичний сенс. Виникає потреба зупинитися на головних аспектах вивчення комунікації та комунікаційної діяльності, що має дати необхідне підґрунтя для більш детального аналізу соціально-комунікаційної діяльності в її історичній ретроспективі, в також її стану в наш час і в близький перспективі.

Найбільш значного розвитку отримали ідеї, що пов'язували питання суспільної комунікації з феноменом інформації. Це було цілком виправданим з огляду на бурхливий розвиток інформаційних технологій, значний обсяг інформації, що циркулював комунікаційними каналами, велику потребу у розробці інформаційних систем автоматизації процесів генерування, зберігання, розповсюдження та використання інформації в суспільстві.

Поняття «інформація» було уведено до наукового аналізу багатьох напрямів наук, наукових теорій. Найбільш згадуваними

дослідниками інформації є А. Берг, Н. Вінер, У. Ешбі, К. Шеннон. Їх роботи були використані у подальших розробках різних аспектів інформаційного суспільства і не лише у напрямі технологізації, але і у напрямі вивчення розгортання глобалізаційних процесів у суспільстві, що поступово охопили майже увесь простір буття людини і соціуму. До аналізу цих процесів долучилися В. Г. Афанасьєв, А. П. Єршов, М. М. Моїсєєв, О. В. Назарчук, А. І. Ракітов, А. Д. Урсул, Ю. А. Шрейдер та ін.

Ракітов А. І. виділяє п'ять інформаційних революцій. Зміст першої інформаційної революції становить поширення та впровадження в діяльність і свідомість людини мови. Друга інформаційна революція була пов'язана з винаходом писемності, а сутність третьої інформаційної революції полягає у винаході друкарства. Третя інформаційна революція відрізнялася від своїх попередниць тим, що зробила будь-яку інформацію, і особливо наукові знання, продукцією масового споживання. Четверта інформаційна революція полягала в застосуванні електричної апаратури та заснованих на електриці апаратів й приладів для швидкісного і гранично масового поширення усіх видів інформації та знань. П'ята, остання, революція включає в себе наступні характеристики:

- створення надшвидкісних обчислювальних пристроїв – комп'ютерів (у т. ч. персональних);
- створення, постійне наповнення та розширення гігантських автоматизованих баз даних і знань;
- створення і швидке зростання трансконтинентальних комунікаційних мереж [376].

Необхідно згадати і концепцію інформаційних революцій Е. Тоффлера, який виділяв три «хвилі» розвитку суспільства: аграрну – при переході до землеробства, індустріальну – при переході до класичного капіталізму та інформаційну – при переході до суспільства, заснованого на знанні [425]. Виділення трьох, а не п'яти інформаційних революцій використовує в своїх роботах і визнаний класик теорії постіндустріалізму Д. Белл [34]. Як зазначає автор роботи [140], зміст, вкладений в поняття «інформаційна революція», пояснюється вибуховим процесом створення та поширення новітніх інформаційних технологій (НІТ) для найбільш продуктивного виробництва, раціональної організації й ефективного використання інформації, що

визначила перехід від постіндустріального до інформаційного суспільства.

Соціально-технологічний підхід до суспільних змін, що сформувався у науковий напрям, також отримав певного впливу щодо уявлення про соціально-комунікаційну діяльність. Технократичні підходи до суспільного розвитку обумовлювали процеси інформатизації суспільства і вплинули на формування знань про інформаційно-комунікаційну сферу суспільства.

Детальний аналіз впливу інформації на соціально-технологічні процеси в суспільстві здійснили автори роботи [164; 200; 213]. Вони дослідили еволюційні зміни у підходах, засобах використання, процесах роботи з інформацією у соціально-технологічній підсистемі суспільства, визначили умови й необхідність зміни способу використання інформації у технологічних системах. Можна додати, що автори не обійшли питання узагальнення проблем, що породжені зростанням інформаційної взаємодії в суспільстві. До основних проблем було віднесено: зростання обсягів інформації, проблема старіння інформації, проблема забруднення інформації, проблема авторства інформації та боротьба з плагіатом у різних сферах творчості, проблема доступності інформації, проблема збереження унікальної інформації [164; 195; 196; 463].

Наповнення світу науки інформацією дало величезний ефект у вигляді інформаційної техніки та технологій, програмно-апаратних комплексів функціонування комп'ютерів, інформаційних систем і мереж. Все це можна розглядати як результат техніко-технологічного переоснащення сфери соціальної взаємодії, створення технологічного базису спілкування і комунікації як її різновидів. Підведення підсумків інформаційної технологізації на початок XXI ст. виглядає вже не так оптимістично після першого його десятиріччя.

Такою захоплюючою була також ідея інформаційного суспільства як характеристика нового стану постіндустріального суспільства, коли інформація увійшла до розряду ресурсу і капіталу суспільного функціонування і розвитку

Ідеї інформаційного суспільства розвивалися послідовно зі змінами методологічних підходів, що викликали зміни самих комунікаційних явищ та їх комбінації у відповідності до інтересів науковців. Головними напрямками вивчення соціальної комунікації та комунікаційної діяльності є: технологічний (Е. Тоффлер, Д. Нейсбіт, Р. Робертсон), економічний (Д. Белл,

Ф. Мехлуп, М. Порат), просторовий (П. Бурдьє, Д. Харвей, М. Кастельс), конфліктологічний (Г. Шиллер, А. Голднер, Е. Гідденс, Х. Ортега-і-Гассет, Т. Еліот), стратифікаційний (Ч. Лідбітер, Р. Райх, П. Дракер), глобалізації та регіоналізації (В. М. Бебик, О. І. Сухарев, О. В. Зернецька, В. В. Різун, В. Л. Каганський, В. В. Маркін, В. Н. Лексін, А. Л. Шевцов). Соціокультурні пояснення інформаційної сутності комунікаційної діяльності можна знайти у роботах О. Вершиніної, А. І. Каптерєва, Н. В. Лопатіної, І. С. Мелюхіна, В. О. Ільганаєвої, О. І. Давидової, Л. Г. Петрової, Н. Лумана, А. В. Соколова.

Впливи інформатизації на розбудову комунікаційної інфраструктури соціуму почали вивчати Д. Белл, У. Дайзард, Й. Масуда, М. Маклюен, Н. Постман, Г. Стоуньєр. Основна проблема дослідження комунікації в межах даного підходу зводиться до проблеми дослідження механізмів управління комунікацією. При цьому не артикулюється питання про сутність комунікації, так як комунікація розуміється в аспекті розвитку технічного потенціалу інформаційного суспільства.

Масштабні трансформації в сфері суспільної взаємодії завдяки появі інформаційно-комунікаційних технологій і глобальних інформаційних систем та супермагістралей оцінюються фахівцями як чергова комунікаційна революція, що зруйнувала звичні уявлення про суспільні зв'язки. Традиційно-лінійні зв'язки, що відповідали постіндустріальному устрою суспільства, яке базувалося на засадах контрольованої комунікації, національно-географічній обмеженості контактів, сьогодні стали мережевими та необмеженими в часі та просторі [22; 303]. Слід також звернути увагу на те, що подальша раціоналізація будь-якої людської діяльності у комунікаційному суспільстві стає все більш важливим фактором сталості та безпеки суспільного життя, що обумовлюється не тільки і не стільки технологіями, скільки якістю суспільної взаємодії, характером і силою зв'язків між людьми, порозумінням і єдністю цілей. Нова епоха породжує нові проблеми, і вже не лише в удосконалення діяльності, але й проблеми вдосконалення людини, що знаходиться в «павутинні зв'язків» суспільства, що «комунікує само із собою» [498].

Аналізуючи фактори і тенденції цивілізаційного розвитку, напрями вибору реформування країн, дослідники підкреслюють, що держава й суспільство в цілому стають

залежними від комунікації і засобів комунікації [490; 491; 498]. Зразок моделі устрою майбутнього суспільства пов'язується з адаптацією до комунікаційних інновацій в сфері суспільної взаємодії [254, 255, 380].

В основу цих досліджень покладена глобальна ідея комунікаційного порядку в гуманістично спрямованому суспільстві. Монолог поступається місцем діалогу, діалог поступово перетворюється на полілог з формування узгоджених дій або досягнення компромісу у вирішенні глобальних проблем, що постають перед людством. Є вже не просто екологічні фобії, терористичні загрози, кризові процеси у світовому виробництві, фінансово-валютній сфері, постають проблеми ідентифікації людини у світі, і світа в людині, відчувається певний Ренесанс духовних пошуків.

Автор роботі [397], спираючись на дослідження М. Бубера, М. М. Бахтіна, Ю. М. Лотмана, В. С. Біблера, М. С. Кагана стверджує, що під діалогом розуміється таке розташування різних смислових позицій, яке не призводить до їх взаємного відторгнення або придушення, а призводить до продуктивної взаємодії. Критерієм такої взаємодії служить поява нових смислових побудов усіх сторін учасників. Діалог обов'язково передбачає: перше – наявність повноцінних суб'єктів-учасників, друге – початкову відсутність монополії на істину.

Антропоцентризм постіндустріального періоду, що зосереджувався на одиничності, індивідуалізмі людини діючої, змінюється нооцентризмом людини як системи в системі Природи. Такий підхід О. М. Холод пов'язує з оформленням інноваційного розгляду соціальних комунікацій та формуванням нового наукового підходу до їх психолінгвістичного аналізу [447, с. 275].

Величезна роль у досягненні максимальної інформованості людини в комунікаційному забезпеченні суспільства належить засобам масової комунікації. ЗМК об'єднують низку соціальних інститутів (преса, книжкові видавництва, агентства преси, радіо, телебачення тощо), що функціонують у комунікаційному просторі й забезпечують збір, обробку та поширення інформації в масовому масштабі. Масова комунікація призначена для чисельно великої й зазвичай розосередженої аудиторії. Її відрізняє швидкість і регулярність поширення, практично одночасність споживання.

Поширення засобів масової комунікації є невід'ємною частиною духовного спілкування людей. ЗМІ є сьогодні найпотужнішим засобом соціальних комунікацій.

Високі технології інформаційного суспільства зачіпають практично всі сторони життя сучасної людини, змінюючи спосіб її буття, саме тому вони вимагають пильного вивчення та критичної філософської рефлексії, необхідної для осмислення новітніх технологій крізь призму світоглядних векторів.

Поступово склалося уявлення про те, що інформаційне суспільство є суспільством глобальної комунікації. Відомий дослідник комунікацій М. Маклюен вважав, що саме технології комунікації є вирішальним чинником процесу формування тієї чи іншої соціально-економічної системи. У «Галактиці Гутенберга» він показав, що розвиток інфраструктури індустріального суспільства був би неможливим без тієї кардинальної зміни комунікативних стратегій, що спричинило за собою книгодрукування [261].

Сьогодні соціальні комунікації стали загальним фактором функціонування та розвитку суспільства, що все більше набуває ознак комунікаційного (за Н. Луманом та Дж. Ваттімо) [74, с. 1]. З одного боку, соціально-комунікаційна діяльність зумовлює розвиток суспільної діяльності, а з іншого – стає окремим видом суспільної діяльності, що досягла інституціонального рівня свого розвитку.

Перші кроки до розуміння ролі соціальної комунікації в соціально-культурних процесах були пов'язані з трансформацією в організації та технологіях документалізації інформації в суспільстві. Поступове накопичення інформації, її документальних носіїв, засобів розповсюдження, систем обробки, збереження та управління призвело до становлення системи документально-комунікаційної діяльності. Це знайшло відображення у документознавчих дослідженнях та розробках, пов'язаних з документальною комунікацією [238; 356; 398; 407]. Крім того, великий обсяг теоретично-методологічного матеріалу стосовно документальних комунікацій та соціально-комунікаційної діяльності накопичено в сферах бібліотекознавства і бібліографознавства [120; 123; 183; 273; 259; 461].

Сформувалася сфера інформаційної діяльності. Перш за все, це стосувалося науково-технічної сфери. Стисло цю ситуацію характеризує Е. Тоффлер [246]. В його розумінні людство, так би мовити, міняє середовище свого буття,

переходить зі вторинної сфери, якою є сфера виробництва, у третинну, яку, перш за все, складають інформація, наука, освіта. Структурно-функціональний підхід до аналізу соціальних процесів Р. Мертона, Т. Парсонса, Е. Дюркгейма доповнив класичні політекономічні теорії К. Маркса та Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе. Було сформовано ідею відносно стійкості соціальних систем з позицій соціального управління та ролі комунікаційних зв'язків у суспільних відносинах.

Соціально-інформаційні аспекти формування умов поширення комунікацій у суспільстві вивчаються в межах наукового напрямку «соціальна інформатика» [213], в галузі інформаційних проблем розвитку сучасного суспільства, включаючи і філософські проблеми аналізу ролі інформації та наукових знань у процесі подальшої еволюції цивілізації, переходу суспільства до нової парадигми безпечного і сталого розвитку. В основі цих досліджень лежить ноосферна концепція еволюції біосфери, створена працями таких всесвітньо відомих російських вчених як К. Е. Ціолковський, В. І. Вернадський, О. Л. Чижевський, М. В. Тимофєєв-Ресовський. Сьогодні ця концепція отримала подальшого розвитку в роботах російських філософів М. М. Моїсеєва, А. Д. Урсула, А. І. Ракітова, Р. Ф. Абдєєва та ін. У межах соціально-комунікаційних досліджень ноосферні аспекти розглядають В. О. Ільганаєва та О. М. Холод [173; 176; 447].

Комунікаційно-технологічне середовище сучасності розглядається як детермінуючий чинник формування соціальної реальності [201]. Дослідники в галузі семіотики та мультимедіа стверджують, що нова реальність заснована на структуруванні неструктурованого змісту в комунікаційному просторі [89].

Комунікативний інформаційний простір сучасного соціального світу представлений двома рівнями комунікації – масовим і мережевим. Перший асоціюється з національними культурами, трансформованими модернізацією, і відсилає нас до одностороннього процесу пасивного споживання інформації. Другий – концентрується навколо транснаціональних потоків капіталів, організаційної взаємодії, інформації, технології, образів і символів, домінуючих в соціальних процесах. Мережева комунікація забезпечує двосторонній процес, в якому генератор і одержувач інформації мають активні, що формують цю комунікацію, ролі. Таким чином, для кожного рівня комунікації характерні власні стратегії включення до соціального,

культурного та інформаційного простору. З точки зору системного підходу, мережа – це певний тип складної системи, що самостійно розвивається і складається зі взаємопов'язаних підсистем та елементів, властивостей і відносин, створена людьми і діє у певних межах. Елементами мережі є технічні, інформаційні, програмні ресурси, технології, кваліфіковані фахівці, користувачі і т. д. Однак, це визначення мережі як елемента більш складного утворення – техносфери.

За М. Кастельсом ми будемо розширено трактувати мережу як особливий тип соціальної організації [266]. Мережеве суспільство являє собою систему, що розвивається навколо нового комунікаційного ядра, має певні стандарти стійкості й впливає на систему колективних та індивідуальних дій, думок, цінностей. Відповідно, одним з базових підходів даного дослідження буде виступати вивчення досвіду сучасної системи комунікацій як системи взаємодії, яка до сьогодні досягла певного культурного рівня.

Аспекти комунікаційності, комунікативного співтовариства та комунікативного дискурсу визначили розвиток західної комунікативістики [28; 154; 457]. Комунікативістика визначається як наука, яка вивчає системні засоби гуманітарних функцій масових інформаційних зв'язків, що здійснюються на різних етапах цивілізації за допомогою різних мов, а також вербальних засобів [Цит. за: 28, с. 12].

У широкому розумінні комунікативістика є сферою вивчення масових інформаційних процесів, що відбуваються з використанням різних засобів, каналів передачі інформації, форм комунікаційних зв'язків, починаючи з аутентичних форм – ритуалів, танців, наскальних малюнків, до електронних форм створення та передачі повідомлень. Слід згадати також Ю. Хабермаса, який у 80-90-х роках ХХ століття приділяв багато уваги комунікативній теорії дії та етиці дискурсу [491].

За визначенням Н. Лумана, до середини 80-х років ХХ ст. суспільство перетворилося на комунікаційне [255]. Суспільна глобалізація стала наслідком зростаючої взаємозалежності, головним наслідком якої є активна діяльність нових сил загальнопланетарної сцени – глобальних фірм, релігійних угруповань, транснаціональних управлінських структур (мереж), що взаємодіють на рівних не тільки між собою, але і з самими державами [359].

Має місце точка зору, що ми вступаємо в епоху «промислового виробництва інформації». Подібно до того, як у результаті промислового перевороту народилося конвеєрне виробництво, яке підвищило продуктивність праці і підготувало суспільство масового споживання, так і зараз повинно з'явитися потокове виробництво інформації, що забезпечує відповідний соціальний розвиток за всіма напрямками [Цит. за 356]. Ця ідея розвитку індустріалізації медіа виробництва розвивалася в роботах [120; 155; 156; 379; 461].

Слід зазначити, що комунікація в процесі розвитку людської цивілізації проходить декілька етапів, відповідних історичним закономірностям розвитку суспільства [359]. На сучасному етапі вона досягла того рівня, коли з'явилися революційні технології, що дозволяють зв'язати воедино весь світовий інформаційний простір. Глобалізація є системним процесом, розвиток якого відбувався хвилями, він зачіпає всі сфери суспільства, поєднує в собі як процеси уніфікації, так і посилення нерівномірності, негативних неоднозначних процесів, що протікають в окремих, локальних ділянках.

З середини 90-х років ХХ століття етап розробки і вдосконалення форм електронного обміну інформацією змінився етапом опанування досвідом мережевих комунікацій на базі системи інформаційної взаємодії світового масштабу. Мережеве суспільство стало більш динамічною організаційною моделлю соціальної реальності. Інтенсифікація обміну інформацією дозволила освоювати нові форми соціальної диференціації, конструювання, кооперування та співробітництва. Постало питання про вивчення такого соціального явища як мультинаціональні спільноти [182].

Мережеве суспільство є прикладом децентралізованого способу організації структурних зв'язків у суспільстві, надсистемним середовищем. Можна припустити, що це явище спричинить не лише трансформацію історично сформованої системи владних відносин і досвіду соціальної взаємодії, але й викличе формування нових уявлень про цілісність світової культури. Момент структурної децентралізації відносин в мережевому просторі повинен розглядатися як базовий у ході аналізу явищ, що супроводжують становлення світового комунікаційного середовища.

Особливої уваги в умовах глобального суспільства набули комунікативні відносини, що передбачають впевненість у цілях

налагодження взаємних стосунків, формування необхідного рівня сприйняття інформації, що передається, розуміння позицій, напрямів, характеру інформації та знань. Комунікативна сфера виникла на тлі спілкування і згодом, відповідно до набуття інституціональних ознак, закріпилася як окрема сфера діяльності, що має свої специфічні ознаки на відміну від спілкування [176, с. 173-176; 232-236].

Сьогодні соціально-комунікативна діяльність охоплює два різні явища суспільної взаємодії, одне з яких означає систему інформаційних зв'язків між людьми й різними їх групами, які супроводжують процеси функціонування і розвитку суспільства, виступаючи невід'ємною складовою цих процесів, а друге – являє собою специфічну сферу наукового знання, предмет якої полягає у вивченні процесів поширення та циркуляції інформації в соціумі, а також цілей і закономірностей цих процесів, знарядь та засобів. Комунікативний поворот у філософських дослідженнях зазначають автори роботи [252], що узагальнюють тенденції розвитку комунікативної та її вплив на суспільну діяльність, життя і пізнання.

Тема «комунікативної» в розумінні її як взаємодії між людьми, що утворює тканину суспільного життя як засобу формування нової соціальної реальності, з'явилася пізніше. Трактовка та розробка цього терміну здійснювалась з різних позицій: в межах біхевіоризму (Д. Уотсон), символічного інтеракціоналізму (Дж. Г. Мід), персоналізму та екзистенціалізму (М. О. Бердяєв, К. Ясперс, Ж.-П. Сартр, А. Камю). Комунікативна вмещає в себе різні типи соціальної та когнітивної дії, залишаючись при цьому полем створення і поширення смислових структур, обміну смисловими конструктами, споживання смислових одиниць. В несучій конструкції соціальних комунікативних виявляються перцептивні структури, знаки значення, образи та уявлення, символи, схеми і рецепти, раціональні та афективні типи дії [253]. Цим пояснюється великий вплив лінгвістики на формування теоретичного поля дослідження соціально-комунікативної діяльності, що пов'язана зі становленням розумової та мовної діяльності в їх єдності. Продуктивна діяльність людства на цей час вже була джерелом інформації, потоки якої швидко зростали. Ситуації накопичення інформації оцінювалися як «інформаційний вибух», наслідками якого були зміна засобу соціальної взаємодії або комунікативної [376].

Враховуючи певні історично-наукові переваги у вивченні спілкування, невеликий термін існування загальної теорії соціальних комунікацій, спробуємо торкнутися питання методології сучасних досліджень. Потреба в цьому викликається стрімким і динамічним розвитком комунікаційної сфери суспільства, нагальною необхідністю узгодження методологічного інструментарію комплексу дисциплін, що традиційно вивчали різні аспекти комунікативної дії та відносин.

Онтологічний аспект соціально-комунікаційної діяльності пов'язаний перш за все з забезпеченням функціонування і розвитку суспільства, його структур та інститутів, які різні за своїми цілями, рівнем освіти і культури тощо, через що й має місце істотна соціальна диференціація вчинків та поведінки людей, їх матеріальної та мовленнєвої діяльності. Необхідно підкреслити, що соціальна комунікація фактично полягає у передаванні та сприйнятті як смислової, так і оціночної інформації і в плані впливу на цільову аудиторію прагне сформувати у неї певне ставлення до системи соціальних і морально-етичних цінностей у період існування певного типу суспільства. Тому її значення істотно зростає на зламних етапах історії суспільного розвитку, один з яких ми сьогодні переживаємо. Це значною мірою пояснює прагнення олігархів придбати й використовувати в необхідних для них напрямках телевізійні канали, газети, журнали й інші засоби масової інформації.

Гносеологічний аспект соціальної комунікації тісно пов'язаний з тими її роллю та функцією, які вона відіграє у допомозі цільовій аудиторії й іншим людям у пізнанні ними складного й суперечливого світу, який до того ж ще й зазнає стрімких динамічних змін, допомагає їм розібратися в сутності тієї складної множини процесів і явищ, яка визначає глобалізаційні тенденції сучасного розвитку людської цивілізації. У цьому сенсі надзвичайно важливого значення набувають освітні та популярні науково-технічні аспекти діяльності в системі соціальної комунікації та відповідні канали її здійснення, поширення комунікативних практик у різних сферах суспільного життя. Дійсно, саме через просвітницький вплив підрастаючі покоління наслідують не тільки необхідні культурно-світоглядні коди, але також формують свою

соціальну компетентність, готовність до успішного життя і діяльності в даному соціумі.

Формування комунікативної лінгвістики було наслідком поширення комунікаційних зв'язків у суспільстві, технологізації комунікаційної діяльності на основі комп'ютерних технологій. Наукова рефлексія в межах комунікативної лінгвістики дозволила поглибити уявлення про загальні закони спілкування людей за допомогою природної мови, організацію засобів мовного коду та інших семіотичних (знакових) систем у процесах комунікативної взаємодії особистостей, вплив на засоби мови психічних, соціальних, когнітивних, культурних та інших чинників, а також різноманітних ситуативних складових комунікацій [28, с. 7].

Комунікативна лінгвістика передбачає свідоме ставлення суб'єкту до своєї комунікативної діяльності. Це дає необхідні знання і наділяє умінням аналізувати комунікативні ситуації з використанням мови, а також з'ясовувати причини конфліктів або невдач у спілкуванні, надає змогу гармонізувати міжособистісні стосунки кожної людини [28; 234].

У переліку основних питань комунікативної лінгвістики чітко простежується діяльнісна складова, зокрема такі елементи як умови здійснення мовної комунікації, вибір мовного коду, аналіз ситуації його використання, зовнішній і внутрішній контур використання мови й мовного коду, етапи зародження та сприйняття мовлення. Більш деталізовано діяльнісні елементи відносно мови як комунікаційного явища наводить Бацевич Ф. С., спираючись на основні поняття психолінгвістики та теорії мовної діяльності: мова, мовлення, слово, лексема, речення, номінативна одиниця, комунікативна одиниця, стиль, діалект, двомовність, рівні мовної системи, мовні девіації, культура мовлення [28, с. 9].

З середини ХХ ст. визначився психолінгвістичний напрям дослідження мови, у центрі уваги якого знаходилися процеси створення, сприйняття і формування мови, а також їх співвіднесення з системою мови [247, с. 102].

Існує думка про те, що теорія мовленнєвої діяльності складає методологічну основу комунікативної лінгвістики та психолінгвістики [28, с. 14]. У межах цієї теорії мовлення постає як цілеспрямована, мотивована діяльність, досліджуються її функції, мотиви, зв'язок з мисленням, процесами народження та сприйняття повідомлень, а також вивчаються механізми

мовлення й процеси оволодіння рідною та іноземними мовами [там же]. Додамо, що це підтверджується і лінгво-когнітивними дослідженнями в сучасному мовознавстві, зокрема при вивченні українських діалектичних текстів [118]. Мова розглядається як різновид когнітивної діяльності. На нашу думку, в цьому простежується певний теоретико-методологічний зв'язок комунікаційних явищ на рівні мовної комунікації та на її сучасній організації у вигляді когнітивної комунікації [176, с. 154-155].

За даними українських науковців, лінгвістичні дослідження комунікації особливо поширилися у 60-79-ті роки ХХ ст. Така ситуація була зумовлена пошквдженням комунікаційних зв'язків у суспільстві та поглибленням уявлень про соціально-психологічні, конситуативні чинники використання мови в інформаційному просторі сучасності [181; 252]. Прагматика, семантика, синтактика з суто лінгвістичних складових семіотичного простору мови перетворюється на інструменти організації поведінки суб'єктів, що знаходяться в процесі комунікації. Лінгвістична прагматика постала джерелом просторового підходу щодо розуміння мови та мовлення в контексті динамічного інформаційного простору зв'язків між суб'єктами соціальної дії, а також щодо формування дискурсивного аналізу тексту як універсального явища [418]. Слід додати, що до розгляду та аналізу цих процесів в українській науці вдаються Ф. С. Бацевич, О. М. Холод. Так, О. М. Холод здійснює ґрунтовний аналіз становлення психолінгвістики і соціолінгвістики як методів аналізу соціально-комунікаційних явищ, зокрема мовлення і мовленнєвої діяльності, звертаючись до постулатів різних лінгвістичних концепцій [447]. Слід зауважити, що при цьому автор не ставить спеціального завдання звернутися до комунікаційної діяльності з використанням мови як до окремого об'єкту.

Таким чином, формується напрям вивчення комунікаційної мовної діяльності – комунікативна лінгвістика як розділ сучасної гуманітарної сфери знань, що органічно синтезує лінгвістичні, психологічні, філософські, логічні та інші підходи до живої людської мови у спілкуванні [28, с. 9].

Але за складом об'єктно-предметного поля вивчення комунікативна лінгвістика звичайно не охоплює всього кола питань соціально-комунікаційної діяльності, що на початок ХХІ

ст. набула ознак системного вигляду організації спеціалізованого виду суспільної діяльності [183; 186; 120; 401; 405; 406; 461]. Пропонується розглядати специфіку та основні засади семіотичного підходу дослідження інформаційних (комп'ютерних) систем в єдності організаційного, концептуального і технологічного рівнів вивчення [420].

Сьогодні людина переживає випробування віртуальністю, яка постала у вигляді стихії конкурентного знаково-символьного обміну. Тим не менш мережеві відносини кіберпростору можна розглядати як соціальну реальність, що об'єднує в собі символічні системи, які мають власні аспекти інтеграції. На базі аналізу особливостей функціонування ідеологічних та аксіологічних стандартів в інформаційному суспільстві можливий аналіз того, яким чином функціонує і відтворює себе соціальне середовище як символічна система. Світова інформаційна мережа є концентрованим символічним середовищем. Її вивчення може служити фундаментом для розуміння значущості інтегративних тенденцій у сучасному суспільстві, що виникають з універсальних законів управління символічними процесами.

Семіотичний підхід вивчення комунікаційних явищ збагатив теорію соціальних комунікацій можливістю дослідити первинні форми комунікаційної предметності й зробити кроки щодо розуміння субстанціональних аспектів комунікаційної діяльності. Для цього використовуються знакові системи, де знак – носій інформації. Тому семіотичний підхід відіграє важливу роль під час аналізу різноманітних знакових систем, які використовуються у процесах передачі та обробки інформації. Невипадково вітчизняний дослідник семіотики Ю. С. Степанов зазначає, що «її безпосереднім предметом є інформаційна система» [412, с. 5]. Семіотичний підхід щодо аналізу інформаційних (комп'ютерних) систем дозволяє узагальнити й актуалізувати значущі результати, отримані в різних сферах наукового знання: лінгвістиці, інформатиці, психології, логіці та ін. У даний час активно розвивається, так звана організаційна семіотика, мета якої – демонстрація основних принципів будь-якої організації знаків [486]. Таким чином, в якості предмета семіотичного підходу цілком виправдано розглядати інформаційну систему в єдності організаційного, концептуального та технологічного рівнів її вивчення.

Із утвердженням у сучасному світі демократичних та плюралістичних поглядів, що становлять основу «відкритого суспільства», уявлення про комунікаційний простір стає соціальною реальністю. Під комунікаційним простором розуміється система різноманітних комунікаційних зв'язків, які виникають між різними акторами в соціумі, що перебуває під впливом культурних, економічних, політичних, технологічних та інших факторів [249; 331; 332; 385; 440]. Досягається осмислення парадоксів роботи з комп'ютером (феномен комп'ютерного відчуження), поняття «віртуальної реальності», що симулює дійсність і перетворює людину на об'єкт маніпулювання (Ж. Бодрійяр).

Соціальну реальність досліджували такі науковці як В. С. Барулін, М. С. Каган, В. Ж. Келле, В. Є. Кемеров, К. Х. Момджян, К. С. Пігров, М. С. Розов, В. Г. Федотова, Ю. А. Нісневич, В. В. Печенкін, В. О. Писачкін, Г. П. Смолян, А. В. Соколов, Д. С. Черешкін та інші. Зауважимо, що соціально-філософський дискурс комунікаційного простору не є однорідним, а складає цілу низку дискурсів, що виникають в межах різних трактувань простору, його структурування та взаємодії різних його структур. До числа найбільш значних представників просторового підходу належать П. Бурдьє, К. Левін, В. Р. Черніков і В. Р. Виноградський.

Прихильники цієї лінії досліджень соціальної реальності зосереджують свою увагу, насамперед, на великих соціальних структурах і соціальних інститутах, розглядаючи їх вплив на індивідуальну та групову діяльність. У межах дослідження макроструктур та інститутів, що становлять зовнішні умови комунікаційного простору, використовуються положення теорій структурно-функціонального (Т. Парсонс, Р. Мертон) та системного аналізу (Н. Луман), які визначили інваріантний набір функціональних проблем процесу взаємодії комунікаційного простору як соціальної системи зі своїми інститутами (проблеми адаптації, досягнення мети, відтворення структури та зняття напруження, а також інтеграції системи у взаємодії з середовищем) і виявили ціннісний, соціокультурний контекст взаємодії комунікаційного простору, суб'єктів комунікаційної діяльності та ЗМК.

Макросуб'єктивному і частково мікросуб'єктивному рівням дослідження відповідає парадигма «соціального визначення», методологічною базою якої служать роботи

М. Вебера, присвячені соціальній дії. На даних рівнях з використанням методологічних підходів парадигми соціального визначення досліджуються ціннісні, значущі характеристики комунікаційного простору, вироблені під впливом загальноприйнятої системи цінностей і складові ціннісно-нормативного ядра соціальної реальності. Внаслідок соціокультурного розвитку суспільства, де соціальна комунікація створює середовище взаємодії людей і соціальних інститутів, складається простір соціальної реальності трансляції смислів. Додамо, що комунікаційний простір містить у собі безліч смислів, що продукуються носіями різних ціннісних та нормативних переконань. Все це ускладнює завдання його вивчення, аналізу, впливу або управління з боку суспільства. Крім того, складність устрою комунікаційного простору створює певні труднощі щодо пристосування до нього особистості, здійснення людиною свого вибору зразків поведінки і мислення.

У межах парадигми «соціальної поведінки», що бере початок від творчості психолога Б. Ф. Скіннера, ми використовуємо деякі положення теорії соціального обміну (Дж. Хоманс, П. Блау), соціальної психології груп (П. Тібо, Р. Келлі, С. Московічі та ін.) і мережевих теорій (Б. Уеллман, Р. Берт), які дозволяють розглядати характеристики ЗМК в якості факторів соціальної поведінки акторів, що визначають вибір ними індивідуальних траєкторій творчості, які впливають на формування ціннісних орієнтацій особистості й суспільства в цілому. Важливе значення для даного дослідження має політичний підхід (З. Бауман, Е. Гідденс, К. Леш), націлений на виявлення в комунікаційному просторі боротьби політичних сил за контроль над інформацією. Слід зазначити соціокультурний підхід (Е. Тоффлер, П. К. Огурчиков, Є. В. Листвина), який виявляє роль комунікаційного простору в процесі соціальної та культурної ідентифікації індивіда.

Дослідження комунікації з позиції теорії систем розкриває системні характеристики сучасної комунікації. Системність виступає як онтологічна характеристика сучасної комунікації, тому не може розглядатися як певна зовнішня властивість комунікації. Можна припустити, що є можливим синтезування даних підходів в межах соціального дослідження. Синтез теорії комунікації та системної теорії дозволяє виявити як трансцендентні, так й іманентні характеристики сучасної

комунікації. На це вказують новітні дослідження й теоретичні порівняння найбільш відомих концепцій комунікаційної діяльності в суспільстві, що належать Ю. Хабермасу та Н. Луману [249]. Крім того, ми спостерігаємо формування інтегрованого погляду на структуру, системну організацію, функціональну і змістовну взаємодоповнюваність комунікаційної сфери діяльності, що розглянуто у працях [184; 185; 186; 187; 405].

Змістовна субстанціональність комунікаційної взаємодії розглядається як необхідний елемент мистецької, художньої комунікації. Мистецтво розглядається як сфера духовно-практичної діяльності людини, де взаємовплив акторів зумовлюється природою мистецтва пробуджувати чуттєву сферу людини як засіб безпосереднього сприйняття реальності [245]. У загальному вигляді такий підхід може використовуватися для оцінки інтерпретативних властивостей різних художніх моделей, літератури, кіно, музики, дизайну і мережових презентацій [18; 37; 81; 106; 111; 112; 113; 117; 126; 127; 244; 344; 466; 472]. Так склалося в результаті наукового осмислення життєвих явищ в теоріях інформаціоналізму задовго до появи форми мережових презентацій. Інформаційний підхід у своїй методологічній цілісності вперше було використано А. В. Соколовим у сфері документальної комунікації [405]. Основний принцип вивчення полягає в дослідженні різних комунікаційних моделей з погляду узгодженості інформаційних можливостей джерела, каналів зв'язку і одержувача повідомлення [325].

Культурологічні дослідження комунікації відкрили праці Г. М. Маклюена, Ж. Бодрійяра, Д. В. Іванова, С. Г. Кара-Мурзи, Т. М. Дрідзе, В. С. Свечнікова, В. Теріна). Проблеми комунікації багатоаспектно висвітлюються з позиції культурологічного підходу у вітчизняній періодиці. Так, у першому номері щорічника наукових праць Інституту культурології Академії мистецтв України представлені матеріали з вивчення особливостей комунікації в контексті діалогу культур (В. Щербина), а також у науково-освітньому сегменті культури (О. Берегова). Погляди вчених звернені до сучасних теоретичних проблем естетичних комунікацій та художнього спілкування (А. Моль, М. С. Каган, С. Г. Раппорт, Ю. А. Філіп'єв), музичної комунікації (Л. П. Воеводіна, А. П. Гужва.), мистецької комунікації (Д. В. Галкін, Б. Гройс, О. Гро, Л. В. Нургалєєва, М. В. Медушевський, М. Сидоров та

інші). Загалом сфера мистецької комунікаційної діяльності стає актуальним напрямком досліджень і вносить нові кольори до вивчення комунікаційних явищ, що раніше не входили до наукових дискурсів вивчення. Виявлення і вивчення особливостей мистецько-художньої комунікації збагачує уявлення про комунікаційну мову мистецтва, взаємини комунікаторів у процесі передачі та сприйняття образотворчих повідомлень, наслідки впливу комунікаційних технологій на мистецьку комунікацію.

Комунікаційна природа мистецтва вимагає спеціального дослідження щодо її презентування в медійному просторі через змішування сфер та об'єктів, які до цього існували окремо і самостійно [509]. Автори підкреслюють, що економіка поєднується з естетикою, політика з економікою, політика і економіка – з технологіями, в науках наростає тиск гібридизації під прапором міждисциплінарності [91]. Нові явища у площині мистецької комунікації дозволяють встановити єдність комунікаційного процесу як універсального з точки зору закономірностей його здійснення будь-якими засобами відтворення змісту і сенсу повідомлень з метою досягнення цілей розповсюдження соціально-культурного досвіду людства.

Нову хвилю досліджень художньої комунікаційної діяльності породжує нове цифрове мистецтво на основі сплаву художньої творчості та мультимедійних комунікаційних засобів. В цьому контексті з'являється нова культурологічна проблематика – дослідження техніко-художніх гібридів [92].

Соціогуманітарна парадигма вивчення соціально-комунікаційної діяльності фактично потребує вдосконалення загальної схеми розгляду цього феномену. На це скеровують зміни в духовному досвіді людства, світогляді, метафізиці, політичних, наукових, мистецьких практиках, аксіологічних та ідеологічних орієнтаціях глобального суспільства [326]. Важливим є й особистісно-діяльнісний підхід, основи якого закладені вітчизняними психологами: Л. С. Виготським, О. М. Леонтьєвим, С. Л. Рубінштейном, Б. Г. Ананьєвим та іншими. Ці дослідники розглядали особистість як суб'єкт діяльності, яка сама визначає її характер.

Важливою теоретичною базою вивчення соціально-комунікаційної діяльності, на нашу думку, є праксеологія, що досліджує досконалу, ефективну людську діяльність. Практиологічна теорія містить розгляд стратегії діяльності, її

програми, алгоритми і системи дій. Праксеологія як галузь наукових знань склалася лише у середині ХХ ст. у зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу та технологізацією різних сфер суспільства [419, с. 76]. До аналізу людської діяльності вдавалися Платон, Аристотель, Фр. Бекон, Дж. Локк, Г. Спенсер, Н. Макіавеллі. Значний вплив на формування основ науки про діяльність здійснили праці Ф. Тейлора, А. Ле Шательє, А. Файоля, Г. Емерсона, Е. Мейо, Н. Вінера, Т. Котарбінського, Т. Пшоловського та інших [там же, с. 76].

Сучасні варіанти використання методології праксеології знаходимо у працях О. С. Пономарьова [360-362]. Також, праксеологічні принципи знаходять використання у деонтологічних дослідженнях широкого кола соціальних сфер юриспруденції, медицини, економіки. Використання цих принципів відносно соціально-комунікаційної сфери подається у публікаціях [278; 283; 290; 302; 308].

Праксеологія містить у собі важливі концептуальні положення про досконалу людську діяльність у будь-яких формах. Визначає сутність поняття досконалої діяльності та її принципів, таких як економічність, взаємодія, визначення цілей тощо); формує понятійно-категоріальний апарат, визначаючи основні поняття «дія», «результат дії», «знаряддя дії», «засоби дії», «етапи дії», «способи дії» та інше; обґрунтовує структуру діяльності, її процес. Тим самим закладає основи конструювання діяльності та вивчення у будь-якій формі організації [420, с. 76-77]. На нашу думку, наука праксеологія поки ще не отримала необхідної уваги з боку дослідників сфери соціальних комунікацій. Вони більше опікуються використанням новітніх розробок із теорії менеджменту, стратегічного управління, програмно-проектної діяльності [290; 302]. Але звернення до науки, що вивчає основи людської діяльності, може бути методологічно важливим щодо розуміння соціально-комунікаційної діяльності як окремого виду суспільної практики, аналізу її складу, типових операцій, процедур, а також виявити загальні принципи соціально-комунікаційної діяльності, відмінності її форм в структурі соціальної взаємодії. Залучення їх до наукового аналізу будь-якої діяльності дозволяє вдосконалювати соціально-перетворюючу діяльність людини [420, с. 77]. Соціально-інжиніринговий підхід до вивчення соціальних комунікацій подає український дослідник В. В. Різун [377]. Сьогодні почав

складатися соціоінженерний підхід до соціальної діяльності (О. Богданов, Ю. Гастев, П. Керженцев, М. Бірштейн, О. Ерманський та ін.) [420, с. 75], який є продовженням технологізаційного підходу, важливим напрямом раціоналізації людської діяльності.

Зауважимо, що соціально-комунікаційна діяльність як складова суспільного буття людей в умовах інформаційного суспільства, що знаходиться у процесі глобалізації, стала менш залежною від традицій, сталих зразків, просторових обмежень, набула рис інноваційного розвитку у глобальному просторі соціуму. Можна підкреслити, що проникнення комунікаційних зв'язків у соціокультурний простір суспільства склало підстави для формування комунікаційно-діяльнісної складової в усіх сферах суспільної діяльності. Можна ставити питання про певні загальні механізми, організацію, функції, технології, засоби та знаряддя комунікаційної діяльності, норми та правила її здійснення, управління, проводити певні системні узагальнення відносно її впливу на суспільне життя як необхідної складової суспільно-історичної практики людства.

Таким чином, залишаються актуальними питаннями як з точки зору теорії, так і практики, історично-еволюційні аспекти соціально-комунікаційної діяльності, етапи її становлення, виявлення факторів виникнення модельних зразків соціально-комунікаційної діяльності, вивчення процесів її трансформації й становлення єдиного професійного простору. Окрему проблему складають особливості впливу на стан суспільних відносин. При цьому важливо зосередитися на питаннях комунікаційної безпеки, що передбачає поглиблення досліджень з питань захисту людей від інформаційного перевантаження, завідомо шкідливої або неправдивої інформації, аксіологізації змісту, що включається до каналів СК [139; 488; 513]. Останній напрям є найбільш актуальним для сфери соціального управління, а також для сфери науки, освіти, виховання.

Зростання інтегральних тенденцій в комунікаційній системі суспільства зумовлене наявністю необхідних техніко-технологічних, організаційних, функціональних та управлінчих умов, що характеризують стан соціально-комунікаційної діяльності. Це також має пояснення, враховуючи еволюційну динаміку суспільства, що впливає на зміни соціальної взаємодії. Інтеграційні тенденції, що виникають за умов урізноманітнення засобів, знарядь та предметів соціально-комунікаційної

діяльності, підвищують необхідність дослідження її аксіологічних та телеологічних аспектів. Функціонування соціально-комунікаційної системи забезпечується об'єктивними потребами суспільного розвитку. Тут існує взаємний зв'язок: соціальна дія підтримує або гальмує розвиток комунікаційної підсистеми. Виникають ситуації, коли соціум у формі владних структур гальмує продукування якісної соціальної інформації, створює перешкоди в діяльності соціально-комунікаційних структур. Тобто, ці взаємини виступають індикатором побудови комфортного комунікаційного середовища, що забезпечує рівні права всіх учасників комунікаційного процесу. Поглиблення вивчення цих аспектів надасть необхідне обґрунтування практичних рішень щодо адаптації суспільства до існування в умовах нової соціокультурної реальності.

1.2. Вивчення соціально-комунікаційної діяльності в теоретичному полі соціально-комунікаційного знання

Неможливо розглядати соціально-комунікаційну діяльність без того, щоб не навести декілька положень про саму комунікацію та комунікаційний процес, що стали майже аксіоматичними і широко використовуються представниками соціально-комунікаційного напрямку. Більш того, комунікаційна термінологія поширена в сфері суспільної діяльності, в усіх її підсистемах. Ми встановили певну дискурсивну близькість розгляду комунікаційних явищ в межах різних наукових теорій. Додамо, що ми у цьому підрозділі маємо намір тільки нагадати основні характерні риси комунікації як феномену соціальної взаємодії, що є джерелом поступового розгортання специфічного виду суспільної практики.

До основного змісту поняття «комунікації» належить передача або обмін інформацією, спрямований процес кодування та передачі інформації від джерела і прийому інформації одержувачем повідомлення. Ґрунтовний аналіз тлумачень, здійснений представниками різних наук, звільняє нас від необхідності окремо зупинитися на цьому [28; 52; 176; 217; 331-332; 338; 365-371; 405; 406; 446-448; 457; 458]. Ми маємо зосередитися на тому, що є прийнятним в межах теорії соціальних комунікацій, що розкриває діяльнісний зміст комунікаційної взаємодії [176; 401; 405; 406]. Діяльнісна складова комунікації витікає вже з її функціонального призначення і є спільною діяльністю учасників комунікації

(комунікантів), в ході якої виробляється спільний (до певної межі) погляд на речі та дії з ними [203].

Додамо, що процес комунікації поділяють на окремі фрагменти, одиниці комунікації – комунікативні акти для аналізу та опису самого процесу, але, зрозуміло, що комунікативний процес постає як безперервна взаємодія учасників комунікації, і такий поділ є умовним [203]. Дослідники майже не розходяться у принципових характеристиках соціальних комунікацій. Можемо вважати, що склалося уявлення про основні поняття та терміни, які використовуються щодо аналізу комунікативного процесу та його елементів: комунікативні акти, комуніканти (відправники та одержувачі), що інтерпретують повідомлення.

До комунікантів належать як індивіди, так і громадські інститути (уряди, партії, фірми тощо). У випадку з громадськими інститутами ми маємо справу з певною абстракцією, адже кінцевим відправником і одержувачем завжди є індивід. У той же час в суспільних сферах таких як юриспруденція, політика, бізнес, освіта та інше досить часто відповідальним відправником визнається колегіальний або інституціоналізований відправник.

Комунікація може здійснюватися не лише вербальними, але й невербальними засобами. Загальновизнаними вербальними засобами є усна і письмова мови. Невербальні засоби поділяються на дві групи: первинні мови (система жестів (крім мови глухонімих), пантоміма, міміка) і вторинні мови (азбука Морзе, музична нотація, мови програмування).

Форми комунікації поділяються на письмову, усну, візуальну тощо та відрізняються одна від одної особливими системами кодування повідомлень, адже повідомленнями можуть бути вислови або тексти. Різновиди таких повідомлень напряму залежать від засобів соціальної, зокрема масової комунікації [63; 261].

Комунікаційні засоби об'єднують різні види комунікації, часто використовуючи технології для заповнення тимчасової та просторової відстані між відправником і одержувачем повідомлення (наприклад, книга: слова, шрифти, картинки, графіка). Всі вони призначені для здійснення процесу передачі повідомлень різного характеру. Їх використання поодиноці або у комбінації створює комунікаційний канал. При цьому техніка і технології комунікаційного процесу у будь-якій сфері

комунікаційної діяльності залежать від рівня науково-технічного прогресу суспільства.

Активно комбінування різних форм комунікації використовують у сфері засобів масової комунікації (ЗМК). Так, наприклад, телебачення використовує слова, картинки, звуки; друковані видання використовують різні шрифти, ілюстрації та по-різному розміщують інформацію на сторінках [63; 261].

Види комунікації слід розрізняти за складом комунікантів, оскільки це суттєва різниця для професійного комунікатора. У кожному окремому випадку технологія роботи з одержувачами повідомлення має свою специфіку (інтонація у випадку, наприклад, розмови з самим собою, з одним співрозмовником або з великою групою будуть відрізнятися). Згадана вище розмова з самим собою, або іншими словами, інтеперсональна комунікація – розуміється дослідниками як комунікація людини зі своїм внутрішнім голосом, альтер его, совістю.

Наступним видом комунікації є міжособистісна комунікація, яка, як правило, пов'язана з ідеальною моделлю комунікації, в ній беруть участь двоє комунікантів (але є варіанти залучення до комунікації спостерігача, включеного спостерігача і стороннього, комунікації при свідках, в натовпі, в публічному місці тощо). Далі – групова комунікація, тобто комунікація всередині групи, між групами, індивід – група (наприклад, інтерв'ю політичного лідера або розмова керівника компанії зі службовцями). Між приведеними типами групової комунікації є відмінності – не стільки кількісні, скільки якісні: різні цілі комунікації в малих і великих групах

Коли мова йде про те, що повідомлення отримує чи використовує велика кількість людей, яка часто складається з різних за своїми інтересами та комунікативним досвідом груп, можна говорити про масову комунікацію. Найчастіше з масовою комунікацією пов'язують телебачення, радіо, Інтернет (розрізняються за ступенем охоплення та цільовою групою), телефон і пошта підходять під цю рубрику тільки кількісно, за винятком масової або цільової розсилки реклами поштою.

Соціальні комунікації активно розглядаються в аспекті філософського осмислення постіндустріального, інформаційного суспільства як важливий фактор соціально-економічного аналізу трансформаційних процесів. Крім того, комунікаційна діяльність стає об'єктом вивчення в теорії комунікацій фактично лише з моменту її інституалізації,

спочатку в окремих складових комунікаційної сфери суспільства – науці [180; 241; 450], бібліотекознавстві [401; 183]; а потім – в журналістиці та загальній системній інституалізації соціально-комунікаційної діяльності в світовому масштабі [155; 156].

Загально використовуваним є положення про те, що комунікаційна діяльність здійснюється у суспільстві в трьох формах: 1) спілкування – діалог рівноправних партнерів; 2) управління – цілеспрямований вплив комунікатора на одержувача інформації; 3) наслідування – запозичення зразків поведінки, стилів спілкування, способу життя одних членів товариства іншими. Завдяки наслідуванню з покоління в покоління передаються мова, традиції, знання, вміння [87]. Головним при цьому є спілкування між двома або кількома суб'єктами – комунікаторами. Такий підхід простежується у представників майже всіх наук, що традиційно вивчають комунікацію і спілкування. Більш того, представник соціально-комунікаційної теорії А. В. Соколов пов'язує з ними появу різних форм комунікації, опосередкованих цілями комунікаційних зв'язків: створення спільності – спілкування; маніпулювання свідомістю – управління; вибір зразків поведінки – імітація (наслідування) [406]. Близькій до цього підходу В. В. Різун [378]. Весь процес комунікації опосередковано знаковою системою будь-якої природи і такою, що має бути доступною, зрозумілою для використання обома сторонами комунікаційної взаємодії.

Дослідники розрізняють два види комунікації: синхронічну і діахронічну. Синхронічна (горизонтальна) комунікація реалізується за допомогою усних і письмових комунікаційних каналів між учасниками. Така комунікація забезпечує єдність, згуртованість, консолідацію суспільства. Синхронічна комунікація є необхідною для вирішення поточних суспільних завдань, координації дій різних соціальних груп.

Діахронічна (вертикальна) комунікація забезпечує передачу інформації духовного змісту від покоління до покоління та формує, таким чином, соціальну пам'ять людства [250; 405; 406]. Тобто, можна стверджувати, що діахронічна комунікація зберігає етнічну спільність, мову та традиції як окремої етнічної групи, так і людства в цілому.

Комунікація тісно пов'язана з інформацією та її передачею, яка може здійснюватися у трьох комунікативних формах: 1) монологічній, де переважають такі комунікативні дії як односпрямована передача інформації від ініціатора спілкування до одержувача інформації; 2) діалогічній, в якій суб'єкти спілкування взаємодіють і взаємно активні. При такій формі комунікації відбувається обмін інформацією. У діалогічній комунікації важливим стає вироблення узгоджених рішень; 3) полілогічній – організації багатостороннього спілкування. Така комунікація носить характер боротьби за оволодіння комунікативною ініціативою та пов'язана з максимально ефективною її реалізацією. Форми комунікаційної діяльності широко представлені в публікаціях [250].

Існують й інші пропозиції, наприклад, від А. В. Соколова, який пропонує три форми комунікаційної дії:

- наслідування – є однією з найдавніших форм передачі смислів, яка використовується вищими тваринами і птахами. Під наслідуванням розуміється відтворення реципієнтом рухів, дій, звичок комуніканта. Наслідування може бути довільним і мимовільним (несвідомим). Довільне наслідування або імітація використовується як первинна комунікативна практика у вихованні та навчанні. «Роби як Я» – такою була форма передачі знання на початковому етапі становлення соціальної взаємодії [183]. У наш час вона зберігається як метод первинної соціалізації дітей, а також при передачі майстерності, у процесі навчання певним методикам дії та технологіям праці. Тобто, можна сказати, що завдяки наслідуванню з покоління до покоління передаються звичаї, традиції, стереотипи поведінки. Соколов А. В. вважає наслідування одним зі способів існування живої соціальної пам'яті. Він також підкреслює, що наслідування цілком відповідає елементарній схемі комунікаційної дії. У своїх доказах він звертає увагу на те, що реципієнт цілеспрямовано обирає комуніканта та використовує його як джерело смислів, які він прагне засвоїти. При цьому комунікант може і не розуміти своєї участі у комунікаційній дії. Наслідування А. В. Соколов відносить до об'єкт-суб'єктних відношень, де активну роль відіграє одержувач (реципієнт), а комунікант є пасивним об'єктом для наслідування [401];

- діалог – форма комунікаційної взаємодії, що була засвоєна людиною в процесі антропогенезу під час формування людської мови та мовлення;

- управління – комунікативна дія, де комунікант розглядає реципієнта як засіб досягнення своїх цілей та об'єкт управління [4; 401].

Зауважимо, що представлені думки щодо форм комунікаційної дії не заперечують одна одну, а тільки доповнюють характеристику, функціональні властивості соціальної комунікації, що в межах свого розвитку набуває діяльнісних ознак, які по-різному перетворюються в практику суспільно-історичної діяльності.

Слід зазначити, що теорія соціальних комунікацій попри давню історію вивчення соціальних явищ протягом соціального розвитку людства, не завершила ще свого теоретико-методологічного становлення. У практиці досліджень соціальних комунікацій, що склалася на цей час, зберігається певна фрагментарність, зумовлена кількома головними підходами до її вивчення. Зокрема, Соколов А. В. – один із найавторитетніших дослідників в цій галузі, відмічає багатоаспектність звернень або підходів до вивчення соціальної комунікації і зводить їх до шістьох граней предметного кубу – це філософія, соціологія, психологія, культурологія, лінгвістика, техніка [401, с. 7-16]. Зазначимо, що цей автор одним із перших звернув увагу на необхідність розгляду комунікаційної діяльності в предметному полі теорії соціальної комунікації як окремої наукової дисципліни.

Комунікаційна діяльність як інструмент впливу на соціальну трансформацію, за результатами досліджень А. Д. Єлякова, розглядається в роботах закордонних футурологів та соціальних філософів: Ф. Махлупа, У. Пората, М. М. Моїсеєва, М. Маклюєна, Д. Белла та інших [140].

У царині соціології комунікації теж перевага надається мовній комунікації або процесу комунікаційної взаємодії з використанням різних форм мовної комунікації, а також сучасним засобам спілкування та комунікації в мережі Інтернет [28; 52; 217; 457]. В соціології комунікацій склалося ставлення до комунікаційної діяльності як до засобів спілкування, формування сфери суспільних відносин, зокрема, В. П. Конєцька звертає увагу на той факт, що соціологи пов'язують спілкування з соціально-зумовленим видом діяльності людей. Вона наголошує на тому, що комунікація має три головні інтерпретації: 1 – проблема диференціації та систематизації комунікаційних засобів; 2 – проблема

міжособистісної комунікації; 3 – проблеми масової комунікації [217, с. 7].

Існує думка, що комунікаційна дія є завершеною операцією смислової взаємодії, яка відбувається без зміни учасників комунікації [401; 406]. Суб'єктами, що вступили до комунікації, можуть переслідуватися три мети: 1 – реципієнт бажає отримати від комуніканта цікаві для нього смисли; 2 – комунікант бажає повідомити реципієнту деякі смисли, що впливають на поведінку останнього; 3 – і комунікант, і реципієнт зацікавлені у взаємодії з метою обміну смислами.

Головним чином, у соціологічному підході тріада «спілкування – комунікація – мовна діяльність» складає основу вивчення соціальної комунікації. Мовна діяльність трактується як вид діяльності або система мовних дій, мотив яких пов'язаний з виробництвом самої мови [217, с. 8]. Саме у мовній діяльності, вважає В. П. Конецька, закладено ключ до вирішення прагматичних та прикладних завдань соціальної комунікації. Поняття «комунікаційна діяльність» як об'єктно-предметний елемент соціальної комунікації окремо не розглядається. Можна припустити, що певний зміст поняття «комунікаційна діяльність» приховано в категорії соціальної комунікації, що визначаються соціологами через поняття: «соціальна спільність», де, в першу чергу, досліджуються соціально значущі параметри стратифікації суспільства, що впливають на нормативні характеристики комунікації; «комунікативна система», що передбачає визначення об'єктів, сутностей, елементів структури і цілісності; «способи комунікації» [217, с. 10].

Слід визнати, що засіб, за допомогою якого відбувається комунікація, входить до структури комунікаційної діяльності й створює її організаційно-діяльнісні засади. Термін «мовленнева діяльність» розуміється також неоднозначно. В мовознавстві мовленнева діяльність розглядається як один з аспектів мови, що розрізняється поряд з мовною організацією та мовною системою. Можна стверджувати, що мовленнева діяльність залучає до себе сукупність актів мовлення та розуміння. В науці виділяються такі види мовленневої діяльності як говоріння, аудіювання (слухання), читання і письмо. Таке розуміння мовленневої діяльності використовується і в методиці викладання (іноземної) мови.

Мовленнева діяльність широко вивчається у психології, де її трактують як вид діяльності поряд з трудовою та

пізнавальною. У психологічній концепції прийнято таке розуміння, згідно з яким, мовленнєва діяльність психологічно орієнтована, тобто характеризується мотивацією, цілеспрямованістю та реалізується у «мовленнєвих діях», які представляють собою множину мовленнєвих операцій (орієнтацію, планування, контроль та тощо) [217, с. 4-5].

До речі, О. М. Холод у своїх працях звертається до аналізу теоретичних психолінгвістичних та соціолінгвістичних засад формування соціально-комунікаційного знання [446-448]. Визначаючи постулати вказаних напрямів відносно феномену комунікації, дослідник виокремлює культурно-історичний та діяльнісний підходи щодо аналізу соціальних комунікацій і, фактично, визнає наявність специфічного виду діяльності – мовленнєвої діяльності [446, с. 110-112]. Зокрема, він згадує С. Л. Рубінштейна, який розглядав мовленнєву діяльність як акт, що має чотири фази психічної діяльності: 1) мотивація, що призводить до інтенції та установки; 2) орієнтовані дії; 3) планування діяльності; 4) виконавча або фаза реалізації плану [там же, с. 111]. Крім того, О. М. Холод підкреслює, що Л. С. Виготський і О. О. Леонтьєв також вважали за можливе аналізувати мовленнєву діяльність [там же]. Додамо, що сам дослідник не розвиває можливість використання діяльнісного підходу до соціальних комунікацій.

Аналізуючи соціологічні доміанти комунікації, В. П. Конецька торкається питань соціального управління і при цьому звертається до аналізу соціально-комунікативної ситуації. Соціальна ситуація розглядається автором як важливий фактор варіювання комунікації, що є соціально зумовленою діяльністю [217, с. 51]. Далі автор вдається до аналізу функціональних особливостей соціальної комунікації, головним аспектом розгляду якого є взаємодія комунікантів та вплив на них за допомогою різних комунікативних засобів. Також їй належить важливе методологічне положення відносно необхідності виокремлення в комунікації певної підсистеми, що орієнтована на вузьке функціонування. Цю підсистему вона пов'язує з професійною діяльністю комунікаторів [217, с. 75]

Загалом, оцінюючи соціологічний підхід до розуміння поняття «комунікаційна діяльність», можна визнати той факт, що він не має теоретичної цілісності та об'єктної визначеності, а скерований на аналіз вищезначених аспектів соціальної комунікації.

В теорії масових комунікацій відсутні спеціальні розділи щодо системно-теоретичного розгляду соціально-комунікаційної діяльності. Окремі її аспекти фрагментарно розглядаються у працях вітчизняних науковців, що працюють в межах наукового напрямку «соціальні комунікації» [29; 31; 379].

В соціології масових комунікацій їх діяльність розглядається через функції або обов'язки діяльності комунікаторів. Федотова Л. В. наводить функції системи масових комунікацій, до яких належать: відволікання уваги; заміщення міжособистісного спілкування; усвідомлення людиною себе як особистості; соціальний нагляд, на основі праць Д. МакКуела, Дж. Бламера та Дж. Брауна, [437, с. 47]. Незважаючи на досить великий обсяг публікацій за темою, авторка підкреслює, що не вважає це питання (діяльнісно-функціональну структуру – прим. авт.) достатньо вивченим [437, с. 49]. Ця ж ситуація простежується в роботах вже згаданих авторів С. В. Боріснева, Ф. І. Шаркова.

Слід додати, що в теорії масової комунікації фактично відсутнє спеціальне виокремлення поняття «комунікаційна діяльність» в об'єктно-предметному полі дисципліни. Комунікаційна діяльність згадується в аспектах розгляду мовної комунікації або функціонально-змістовного наповнення діяльності фахових комунікаторів [31; 204; 366; 437]. Розглядаючи поняття «комунікація», Різун В. В. відмічає загальнокультурний аспект масової комунікації як організоване спілкування, що є видом суспільно-культурної діяльності [437].

У працях А. В. Соколова також присутні різні підходи щодо використання поняття «комунікаційна діяльність». До речі, предметами вивчення теорії соціальних комунікацій він вважає: соціальну пам'ять, соціально-комунікаційну діяльність (СКД) та взаємозв'язки між ними [401, с. 14]. В культурологічному плані соціально-комунікаційна діяльність є відображенням національно-етнічних конструктів світогляду людини в соціальній взаємодії. Це дає підставу А. В. Соколову визначити комунікацію – «як рух знань, емоційних переживань, вольових впливів у соціальному часі і просторі» [там же, с. 4].

Аналіз комунікаційної діяльності А. В. Соколов продовжує і поглиблює з точки зору культурологічного підходу в іншій своїй праці [405]. Щодо визначення комунікаційної діяльності, яка пов'язана з трансляцією культурних смислів, він додає соціально-культурний аналіз історичної трансформації

соціальної комунікації. Творчу смислову комунікаційну діяльність він розглядає як підвид духовної та ігрової діяльності людини. Як духовна вона забезпечує трансляцію смислів (духовних продуктів) та пов'язана з соціально-культурною основою людського буття, як ігрова – має творчий характер у смисловій комунікації та пов'язана з природною основою людського існування. Можна зауважити, що А. В. Соколов поступово розвиває розгляд комунікаційної діяльності як рух смислів, використовуючи для цього різний науковий інструментарій, та деталізує окремі аспекти комунікаційних явищ та дій.

Комунікаційна діяльність, з точки зору А. В. Соколова, має розглядатися через комунікаційний процес та комунікаційні явища [401; 405]. Рушійними силами, що детермінують цей процес та його кінцевий результат, він вважає стихійні природні сили, далекі від свідомого цілепокладання та цілеспрямовано діючі суб'єкти, які використовують усі доступні засоби для досягнення власних цілей [401, с. 22-23]. Також він розглядає комунікаційну діяльність як процес взаємозв'язку між комунікантом і реципієнтом, де зв'язуючою ланкою між ними є об'єкт, що передається. Таким об'єктом може бути книга, мова, жест, матеріальна річ, а також внутрішня форма спілкування людини з собою – внутрішня мова, роздуми [там же, с. 17-23]. В реалізації цієї взаємодії він розглядає комунікаційні засоби та методи. Під комунікаційною діяльністю А. В. Соколов розуміє комунікаційні процеси, що цілеспрямовано здійснюються суб'єктами комунікації [там же, с. 24].

Більш детально Соколов А. В. аналізує комунікаційну діяльність через застосування діяльнісного підходу, що отримав розвиток у філософії, але залучає до структуризації цього поняття структурні елементи комунікаційної дії та соціальної пам'яті [401]. При цьому він аналізує комунікаційну діяльність через її зумовленість у вигляді індивідуальних і суспільних комунікаційних потреб, інтересів, мотивів. Результатом комунікаційної діяльності в цьому контексті є створення умов найкращого задоволення інформаційних суспільних потреб та визначення критеріїв ефективності соціально-комунікаційних служб [там же, с. 260-261]. В якості доповнення щодо діяльнісного підходу він використовує системний підхід, завдяки якому формулює уявлення про соціальну інформаційно-комунікаційну систему (СІКС) [405, с. 251]. Також

А. В. Соколов розробляє структурно-функціональну схему СІКС, що відтворює рух смислів в соціальному часі та просторі та взаємодію учасників цього руху. При цьому він виокремлює певні рівні цієї системи (первинно-документальний, вторинно-документальний), а також згадує соціальні інститути, що беруть участь у цій схемі (бібліотеки, музеї, архіви, телебачення тощо).

У межах теорії соціальних комунікацій розвивається декілька підходів до трактування соціальної діяльності як об'єкту теорії. Ільганаєва В. О. пропонує розглядати соціально-комунікативну діяльність людини як родову відносно окремих видів комунікації, що пов'язані з передачею людського знання незалежно від форми його фіксації [176, с. 306-309]. У широкому розумінні вона розглядає комунікаційну діяльність як особливий вид соціальної активності, направленої на забезпечення глобальної інформаційно-когнітивної взаємодії в суспільстві та її підтримку через збирання, обробку, збереження, переробку, розповсюдження і використання соціальної інформації та реалій. СКД вона розглядає як об'єкт соціально-комунікаційної теорії. Слід зауважити, що в роботах В. О. Ільганаєвої простежується послідовний розвиток концепції про предметність комунікаційної діяльності, її структури та механізми розвитку [184; 188].

Перший глибокий аналіз СКД як системної цілісності, з точки зору визначення її суспільних цілей, рівнів організації, засобів та знарядь праці, вона робить у роботі [183]. На прикладі роботи бібліотечних фахівців В. О. Ільганаєва визначає місце СКД відносно інших комунікаційних інституцій суспільства. Це положення відрізняється від раніше розглянутих підходів до комунікаційної діяльності. В якості рушійних сил розвитку СКД В. О. Ільганаєва пропонує розглядати предметність комунікаційної діяльності, а також зміну засобу комунікаційного виробництва [176, с. 306-309].

Процеси інформатизації соціальної взаємодії стали поштовхом для формування спеціальної підсистеми соціальної діяльності, а саме соціально-комунікаційної сфери діяльності, аналіз якої подано у наукових працях С. В. Борісєва, О. І. Каптерева, В. П. Конецької, Соколова А. В., Ф. І. Шаркова, а також у роботах українських авторів, які активно розробляють цю проблематику – В. О. Ільганаєвої, Б. Потятиника, Г. Почепцова, В. В. Різуна, і західних фахівців М. Маклюєна, Н. Лумана, Ю. Хабермаса, М. Шибутані.

Слід зазначити, що проблема інституалізації соціально-комунікаційної діяльності в межах теорії соціальних комунікацій не є достатньо вивченою. Винятком в потоці публікацій щодо інституалізаційних процесів є роботи В. О. Ільганаєвої та А. В. Соколова, які використовують інтеграційний підхід до вивчення соціальних комунікацій [184; 401; 405].

Незважаючи на довгу історію формування моделей соціальних комунікацій, актуальним досі залишається вивчення змістовного наповнення комунікаційної взаємодії, або точніше – предмета комунікації. Крім того, зацікавленість науковців викликає можливість встановлення послідовності зміни предметності у залежності від зміни засобу трансляції повідомлення відповідно розвитку соціально-комунікаційної діяльності в суспільстві.

Збільшення різноманітності соціально-комунікаційних відносин у суспільстві за формою, способами фіксації, поширення і збереження знань призвело до становлення системи соціальних комунікацій. У наш час передача інформації забезпечується високим рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, які трансформують не лише можливості комунікаційної взаємодії в суспільстві, а й інформаційні потреби людей.

На думку В. О. Ільганаєвої «послідовність, поєднання і превалювання різних форм комунікативних відносин у суспільстві формують певні інституційні рівні системи соціальних комунікацій: усний, документальний, інформаційний, когнітивний, що в процесі своєї еволюції базуються на різних методико-, техніко-, технологічних способах своєї презентації відповідно рівня цивілізаційного розвитку суспільства в цілому. Ці форми комунікаційних відносин притаманні всім соціально-комунікаційним структурам, які забезпечують соціально-комунікаційний зв'язок» [184].

Слід зауважити, що інституалізація комунікаційної сфери суспільства почалася практично з моменту становлення самого суспільства і появою інститутів, що регулюють його життєдіяльність.

В основі процесу інституалізації соціально-комунікаційної сфери суспільства В. О. Ільганаєва бачить формування спеціалізованих соціально-комунікаційних підсистем, що мають

усі ознаки соціального інституту до цього часу. Вона розвиває це положення на прикладі бібліотечного соціального інституту, але використовує при цьому порівняння з аналогічним процесом в архівній, музейній сферах, сфері НТІ та ЗМІ [183]. Таким чином, можна припустити, що інститут соціальних комунікацій у наш час пов'язується з певною цілісністю. В цьому ракурсі його і розглядає В.О. Ільганаєва. Зокрема, автор вважає, що всі існуючі соціально-комунікаційні структури здійснюють процеси і операції, властиві сфері обігу соціальної інформації, які мають свої особливості [184]. Ці особливості часто пов'язані з окремими процесами в просторово-часовому вимірі або з їх горизонтальними і вертикальними відносинами, матрично-мережевими відносинами віртуального мультимедійного простору. Інституціональні аспекти соціально-комунікаційної сфери суспільства, як було визначено у Розділі 1, складають окремий напрям досліджень.

Інститут соціальних комунікацій – історично сформована сфера соціальної практики як засіб і результат цілеспрямованого впливу на соціальні відносини за допомогою організації руху соціальної інформації та знань. Інститут соціальних комунікацій від простих форм задоволення соціальних потреб в інформації розвивається у складно організовану підсистему суспільства, яка має свої функції, способи і методи праці, напрями діяльності, усталені взаємини всередині і за її межами, сукупність організацій, норм їх функціонування, інтегрованих в правове поле суспільних відносин, органи управління, кадровий корпус, усталені науково-теоретичні основи функціонування, підготовки кадрів, управління відповідно тенденцій соціокультурного розвитку суспільства.

Інститут соціальних комунікацій включає сукупність соціальних організацій, які забезпечують виконання різноманітних функцій – ролей щодо задоволення комунікаційних потреб суспільства відповідно їх розвитку, що в процесі інституалізації досягає рівня єдиної соціальної системи (системи систем).

Соціально-комунікаційні установи, їх розмаїття в типовидовій площині досліджує А. В. Соколов [401; 403]. При цьому він розглядає історико-культурні аспекти їх виникнення та функціонування. Відповідно зростанню потреб у суспільних зв'язках, відносинах і взаємодії видозмінювалися форми організації соціальних комунікацій, їх функції, канали передачі

соціально значимої інформації, ціннісні орієнтації, технології. Обидва згаданих автора приходять до загального висновку, що основним об'єктом вивчення інституціональних процесів в теорії соціальних комунікацій є соціально-комунікаційна система суспільства або система соціальних комунікацій.

Доповненням щодо уявлень про соціальну комунікаційну систему є матеріали, опрацьовані авторами роботи [469], які визначають «квартет систем»: 1 – система масових дій карнавального типу, народні демонстрації, народний театр, обрядові дії; 2 – сучасний театр, мітинги, збори формальних і неформальних груп, церковна служба; 3 – бібліотеки, виставки, музеї, наочна агітація; 4 – друк, радіо, телебачення, кінематограф [там же, с. 718].

Системність і є тією інтегративною якістю, яка робить індустріальну суспільно-комунікаційну систему структурованою системою систем. Соколов А. В. розрізняє кумулятивні інститути (архівна справа; бібліотечно-бібліографічна справа; музейна справа; система науково-технічної інформації; телекомунікаційні мережі, наприклад, Інтернет) і некумулятивні інститути (народна освіта; система масової комунікації (радіо, телебачення); засоби зв'язку: пошта, телеграф, телефон; газетно-журнальна справа; книговидавнича справа; книготоргова справа; туристична справа; культурно-дозвіллева система) [401].

Системний підхід до вивчення соціально-комунікаційної діяльності дозволяє дослідити її структурно-функціональний устрій, а також організаційно-технологічні елементи, що стають об'єктами управління [256]. Найбільш важливою проблемою управління комунікаційною діяльністю є досягнення системного рівня взаємодії всіх її підсистем.

Можна припустити, що в даний час відсутнє чітке конвенційне розуміння і чітке визначення поняття «система соціальних комунікацій». Так, з точки зору системного підходу, система соціальних комунікацій визначається Соколовим А. В. як соціальна інформаційно-комунікаційна система (СІКС), яка розуміється як історично сформована багатоцільова і багатофункціональна система комунікаційного обслуговування, що задовольняє комунікаційні потреби суспільства в цілому (Соколов А. В.). Цільове призначення СІКС він зводить до: 1) забезпечення кожного члена суспільства можливістю творчого внеску у соціальну пам'ять; 2) збереження документованої

соціальної пам'яті як складової частини культурної спадщини суспільства. СІКС, спираючись на свої підсистеми, виконує функції: усупільнення вихідних повідомлень (рукописів); смислової обробки (згортання і розгортання); формування і довгострокове збереження документальних фондів у традиційній або машиночитній формі; поширення смислів, що зберігаються в поточній та ретроспективній соціальній пам'яті; 3) збереження громадського використання поточної та ретроспективної соціальної пам'яті в інтересах суспільства [401, с.156]. У структурно-функціональній моделі СІКС, згідно Соколову А. В., закладено протипокладання ідеального світу (буття особистої свідомості) і суспільної свідомості поточної соціальної пам'яті, (професійної свідомості працівників СІКС), сфері матеріального, що включає світ емпіричної реальності, суспільні смисли, громадське та особисте буття. У СІКС включаються: документальна інформаційно-комунікаційна система (ДІКС), недокументальна, неформальна інформаційно-комунікаційна система (НІКС) (системи обміну знаннями, емоціями, керуючими впливами (громадська думка, культурні звичаї, традиції) [401; 403]. Відтак стає зрозумілим той факт, що комунікаційні зв'язки протягом історії отримали не тільки організаційного оформлення, але і утворили певну цілісність, що відповідає потребам суспільства.

Інакше виглядає концепція В. О. Ільганаєвої, згідно з якою в основі системоутворення системи соціальних комунікацій лежать сутнісні ознаки: предметність діяльності і субстанціональна єдність процесу соціальної взаємодії. Система соціальних комунікацій, згідно з генералізаційною концепцією, що об'єднує різні рівні функціонування зовнішньої пам'яті людського інтелекту та різноманітні способи фіксації і перетворення знання, здобуває з субстанціонального (перетвореного в процесі інтелектуальної діяльності людини) стану функціональне значення. Субстанціональний аспект соціальних комунікацій проявляється в документальних (первинних і вторинних) структурах, інформаційних та когнітивних [176, с. 282-288].

Ільганаєва В. О. чітко визначає інституційні ознаки соціально-комунікаційної сфери діяльності та відносить до них: мету, способи і канали, систему соціально-комунікаційних технологій, результати комунікаційної взаємодії, зворотній зв'язок, управління [184]. Такі ж елементи можна виявити у

будь-якій сфері соціально-комунікаційної діяльності. Всі вони сьогодні проявляються відносно соціальної комунікаційної системи суспільства, що має свою структуру. Відомо, що виникнення інституалізаційних ознак в системі комунікаційних зв'язків відбувалося поступово у відповідності до виникнення, поширення, опанування комунікаційними засобами.

Певні ознаки інституалізації у сфері соціальних комунікацій з'являлися в деяких її підсистемах в різні історичні проміжки часу, відповідно до їх оформлення в окремі соціальні організації нормативного або адміністративного характеру (неформального або формального). Процес інституалізації соціально-комунікаційної сфери у викладі В. О. Ільганаєвої виглядає наступним чином: входження соціальних комунікацій в суспільну систему як її підсистему; оформлення соціальних комунікацій як культууроутворюючого феномену інформаційного суспільства; збільшення суспільних витрат на систему соціальних комунікацій і посилення економічних аспектів функціонування системи соціальних комунікацій; зростання впливу результату й ефективності соціально-комунікаційної діяльності на суспільну практику; формування теорії та методології соціально-комунікаційної діяльності; організаційно-функціональної єдності системи соціальних комунікацій; формування інститутів політики управління, освіти, наукового дослідження у сфері соціальних комунікацій; документообігу та інфопотоків; професіоналізація кадрового складу відповідно до організаційно-структурних та функціонально-змістовних та функціонально-рольових реформатувань системи соціальних комунікацій суспільства [176, с. 282-288; 183].

У той же час, відповідно досліджень Соколова А. В. та В. О. Ільганаєвої, можна констатувати завершення етапу інституалізації соціально-комунікаційної сфери, про що свідчить єдність організаційно-функціональних структур, стратегій управління, техніко-технологічна єдність, наявність теорії та методики, а також методологічних уявлень про систему соціально-комунікаційної діяльності. Міжнародні тенденції інституалізації соціально-комунікаційної діяльності висвітлюються у вище розглянутих роботах.

Інституційний аналіз досліджень соціальних комунікацій пов'язаний з їх вивченням на рівні комунікаційних структур. Останні можна розглядати як соціальні організації, які

виконують функції забезпечення соціальної взаємодії. Ці функції по-різному трактуються у відповідних сферах діяльності (бібліотеки та бібліографічні служби, органи НТІ, центри документації, служби теле-, радіомовлення і продюсування, видавництва та книготорговельні установи, центри аналізу інформації, музеї, архіви, телеграфні, поштові та інформаційні агентства тощо). Ці організації призначені щодо виконання задач збирання, обробки, передачі/поширення, оцінки/аналізу, зберігання, забезпечення використання (споживання інформації та знань, що циркулюють у суспільстві у відповідності з цілями та його соціокультурним устроєм). У цілому інститут масової комунікації та його комунікаційні структури входять в систему соціальних комунікацій і в умовах глобального інформаційного суспільства виявляють великий інституційний потенціал.

Наступним напрямком інституційного аналізу є розгляд комунікаційних підсистем, які є сферою діяльності, що реалізують різні види соціальної комунікації в системах діяльності суспільства. До них можна віднести сферу публік рилейшнз, яка швидко розвивається і в даний час, на думку дослідників, набуває рис соціального інституту [39; 40; 220; 222; 223]. Процес інституалізації сфери соціальних комунікацій продовжує свій розвиток у сфері маркетингової та рекламної комунікації, шоу-бізнесі, сфері соціального управління. Новим явищем у процесі інституалізації комунікаційної сфери є інституалізація соціальних мереж [456].

Соціальні мережі, на думку автора, «не створюють нових соціальних зв'язків, соціальних відносин; можна сказати, що вони «паразитують» на вже існуючих. Більш того, найчастіше соціальна мережа виникає в момент актуалізації дисфункції будь-якого соціального інституту» [456]. Соціальні медіа, за думкою А. Б. Шалімова, на даний момент є одним з найскладніших соціальних механізмів виробництва і розподілу інформації. Застосовуючи інституалізаційний аналіз до соціальних медіа або соціальних мереж, він приходить до двох висновків: 1 – соціальні мережі стають в сучасному суспільстві інтегруючим соціальним інститутом, який забирає у традиційних суспільних інститутів різний, що часто визначає їх соціальну значимість, функціонал; 2 – соціальні мережі в найближчому майбутньому можуть стати соціальним інститутом комунікації в цілому, в широкому сенсі цього

поняття, що призведе (і вже призводить) до серйозних зрушень в суспільному устрої [456].

Слід зазначити, що питання інституалізації мас-комунікаційного інституту практично не приділяється увага. Однак, увагу дослідників привертають такі інституційні питання як форма організації ЗМІ, канали і технології, законодавство, професіоналізація кадрів, управління, взаємодія з суспільством. Слід згадати дослідження О. А. Васильєва, присвячене вивченню інституалізаційних процесів в ЗМІ [72]. Окремі аспекти інституалізації ЗМІ знаходимо у працях українських дослідників В. Різуна, О. Зернецької [155; 377].

Сферою інституалізації з середини ХХ століття є сфера науково-технічної інформації. Це було обумовлено фронтальною інформатизацією науково-інформаційної сфери. Крім того, інформатизація стимулювала інтеграційні процеси в структурі системи соціальних комунікацій за різними напрямками діяльності раніше розрізнених соціально-комунікаційних організацій, що мають одну або кілька функцій у реалізації глобального інформаційного процесу та його операцій. Становлення інформаційного ринку та інформаційної економіки зумовили формування нових функціонально-рольових залежностей в системі соціальних комунікацій [120; 461]. Крім того, швидко набирає темпи інституалізація комунікаційних структур соціально-комунікаційної сфери, які Соколов А. В. відніс до доінституціональних елементів (агентства з реклами, фірмові маркетингові служби, служби паблік рилейшнз, служби референтів-перекладачів, команди іміджмейкерів, біржі праці та довідкові міські служби, організатори масових свят, шоу, чемпіонатів тощо) [406, Р. 9].

Частину комунікаційних структур можна розглядати як інституалізовані системи діяльності – соціальні інститути: бібліотечний, архівний, масових комунікацій, науково-технічної інформації тощо. При цьому, частина комунікаційних структур не має необхідного рівня інституалізації. Наприклад, раніше згадані інформаційно-мережеві служби, служби генерації інформації, служби інформаційного сервісу, служби-посередники в інформаційних мережах та ін.

Інституційний аналіз соціально-комунікаційної діяльності дозволяє зробити висновок, що процеси інституалізації охоплюють практично весь простір комунікаційної діяльності сучасного суспільства. Причому інституалізація проявляється на

рівні комунікаційних підсистем, комунікаційних інститутів, комунікаційних структур суспільства і сягає рівня всієї соціально-комунікаційної системи суспільства. Всі вони потрапляють до уваги дослідників і результати вивчення інституалізації соціально-комунікаційної сфери діяльності дозволяють говорити про чіткий прояв її інституційних ознак.

Інституалізація в соціально-комунікаційній сфері відбувається на рівні системи соціальних комунікацій суспільства в умовах інтеграції соціально-комунікаційної сфери діяльності, охоплює її організаційний, функціональний, технологічний, управлінський рівні, а також сферу підготовки кадрів, становлення напряму наукової термінології й понятійно-категоріального апарату в цілому, формування корпусу професійних кадрів, що діють у різних сферах соціуму, а також у становленні системи управління сферою соціальних комунікацій та комунікаційного права. До цього варто додати зміни соціокультурної ситуації в устрої сучасного суспільства, пов'язані з інформатизацією та становленням інформаційного суспільства, та зміни в соціальній свідомості щодо інформації й знань як чинника соціального прогресу.

Інституційний аналіз має велике значення не лише при вивченні процесу становлення, виявлення загальних закономірностей функціонування її підсистем, але й в сфері соціального реінжинірингу традиційних комунікаційних інститутів і структур, у відповідності з досягнутим рівнем технологізації комунікаційної взаємодії, а також досягнення необхідного рівня задоволення інформаційних і когнітивних потреб сучасного суспільства.

Таким чином, слід сприймати зміни форм комунікаційного предмета як об'єктивний процес, пов'язаний з розширення можливості представляти і тиражувати смисли. Відповідним повинно бути і сприйняття цих змін, що передбачає не опір їм, не критику або протидію, а розуміння того, що відбувається, і використання переваг для встановлення нових відносин у системі комунікацій.

Розгляд предмета комунікації є надзвичайно важливим з точки зору розуміння розвитку механізму, який здійснює переведення процесу трансляції і сприйняття інформації в соціально значимі результати комунікаційного впливу. Крім того, цей аспект розкриває важливий напрям вивчення соціально-комунікаційної діяльності та входить до структури її

аналізу й практичного використання при створенні різних комунікативних систем або здійснення комунікаційних зв'язків певного рівня (мається на увазі комунікаційні зв'язки на різних рівнях організації суспільної життєдіяльності).

Перший етап формування предметності пов'язаний з виокремленням комунікації в певний вид соціальної взаємодії. Початок цього етапу традиційно пов'язують з необхідністю формування людської спільноти, потребою об'єднання людей для свого життєзабезпечення [175].

Істотною стороною цього етапу була сигнальна, знаково-символьна комунікація або невербальна комунікація, яка досліджувалася, насамперед, у межах психології спілкування та семіотики. Сама ж невербальна комунікація переслідувала мету управління, наслідування, спілкування в межах первісних людських спільнот. Дослідники пов'язують виникнення комунікаційної взаємодії в цей період з необхідністю утримання спільноти в цілісності та організації групової дії. Реалізується це в основному на рівні міжособистісних контактів. Відомим теоретичним положенням, є те, що відповідно соціалізації ці форми переросли в знаково-мовну комунікацію, де мовне повідомлення набуло набагато більше комунікаційних значень. Цьому сприяло розширення форм, засобів, цілей практичного опанування природною дійсністю, наслідування зразків життєдіяльності людських спільнот, а також передача соціальної інформації й знань іншим поколінням.

У становленні невербальної комунікації важливе місце відводиться знакам та символам. Співвідношення між ними, а також їх властивості й розширення комунікаційного значення, вивчається у семіотиці, психології, лінгвістиці та інших науках. У соціально-комунікаційному аспекті соціальний знак розглядається як символ, який реалізується в предметі, слові, русі, дії або образі [458, с. 106]. Як пише Ф. І. Шарков: «Символи є посередниками між сутністю явищ, сенсом і його образом, ідеями, що знаходяться за межами чуттєвого сприйняття, з одного боку, і відображенням предметів і явищ дійсності при їх безпосередньому впливі на органи почуттів» [там же, с. 105]. Також важливим напрямом досліджень вважається співвідношення знака та символу.

Символ як елемент дописемної комунікації зберігає свою присутність у сучасних комунікативних повідомленнях, оскільки має більш сильний вплив на людей, ніж навіть слово

[366]. Символ і в даний час набуває особливого значення в умовах візуалізації комунікаційного простору. Простота, впізнаваність, глибина відображення певних зв'язків реальності і соціальної пам'яті людей роблять символ важливим елементом комунікаційної взаємодії, що підсилює зв'язки між учасниками комунікації. У науковому співтоваристві прийнято вважати, що візуальне повідомлення носить більш довгостроковий характер. У зв'язку з цим, Почепцов Г. Г. пояснює розвиток візуальної комунікації вже в умовах наявності електронних каналів комунікації, а також у сфері мистецтва, художньої літератури. Такої ж думки дотримується і Соколов А. В. [401]. Візуальна комунікація стає об'єктом спеціального вивчення у роботах [329; 336; 452].

Слід додати, що основні невербальні предмети соціальної комунікації зберігають своє значення в даний час, розкриваючи свої властивості універсальності й узагальненого концепту, часто замінюють відсутність вербалізованого висловлювання. Так, певний звук став основою музичної мови нот і в процесі свого розвитку трансформувалася в спеціальну музичну підсистему комунікації, комунікативний предмет якої налічує значну кількість форм [81; 472]. Воєводіна Л. П. розглядає варіанти синтезу змістовного (інтонаційно-сміслового) і формального (знаково-символічного) аспектів музично-мовної комунікаційної діяльності в музиці [81]. До розгляду комунікативних аспектів музики, її чуттєво-емоційної мови звертаються автори робіт [99; 117].

Практика використання символно-знакової комунікації поширена в політичній комунікації, рекламній та PR-комунікаціях, бізнес-комунікації [29; 30; 47; 53; 366; 369; 370; 395]. Виникнення розмовної мови стало новим етапом у розвитку знакових систем комунікації. На думку фахівців, мова є продуктом розвитку думки людини, а з погляду теорії комунікації та лінгвістики – формою цієї діяльності.

Наступний етап – усна комунікація, пов'язана з появою мови як форми передачі повідомлення. Дослідники вербальної комунікації, визнаючи провідну роль мовленнєвої форми повідомлення, виявили її паралельне функціонування з невербальним способом комунікації, на що звертає увагу Соколов А. В. [401, с. 108-109]. Як зауважує автор, вербальна комунікація, що поєднує в собі невербальні елементи, забезпечувала достатній рівень емоційно-чуттєвого взаємодії,

однак, не була придатна для передавання абстрактних понять і смислових нюансів [там же, с. 110].

Усна комунікація є первинною формою мовної практики. Тут отримує розвиток мовний знак як вираз, вислів, що представляє та інтерпретує сприйняту дійсність. Словесні знаки мають вербальну природу і реалізують основні комунікативні функції: номінативно-диференціюючу; емотивно-експресивну; прагматичну [217, с. 102]. Природа, ознаки, еволюція усної комунікації глибоко вивчаються в межах лінгвістики, психолінгвістики та соціолінгвістики.

З точки зору теорії соціальних комунікацій найбільш важливим аспектом усної мови як комунікативного предмета є положення, стосовно характеристики висловлювання як вербалізованого результату, продукту мовленнєвої дії. Вислів постає комунікативною одиницею вербального мовного рівня. Висловлювання має свої особливості: ситуативність, соціальну обумовленість, варіативність, вибірковість, що використовується в актах усної комунікації задля досягненні різних цілей комунікації. На даний момент ці властивості широко використовуються в практиці проведення виборних компаній, громадських дискусій, ток-шоу, в усній рекламі, публічних виступах політиків, громадських діячів тощо.

Найчастіше мова розглядається як поточний обмін висловлюваннями. Словесність, у порівнянні з нею, постає як історично сформована система зразкових утворень слова і норм використання, зберігання й створення нових; система мови – організована сукупність слів і прийомів висловлення думки [401]. Усна мова є природним каналом і природним середовищем мови, що живить тканину людського спілкування і підтримує, зберігає мовне розмаїття.

Знак в усній комунікації також може набувати форму висловлювання як одиниці комунікації. Слово поступово посідає основне місце в репрезентації інформації у людському спілкуванні та комунікації. Таким чином, форми усної комунікації від простих форм міжособистісного спілкування набувають форм масової комунікації та відповідних технологічних каналів їх підтримки (радіо, телебачення, Інтернет).

Розвиток усної комунікації супроводжувався появою сукупності висловлювань, які набували форм усного тексту. Текст є зв'язаним оповіданням, що має певну змістову логіку,

комунікативну мету і словесне семантичне навантаження. Усні тексти в давні часи реалізувалися в усній народній творчості.

Виникнення мови як засобу трансляції досвіду було необхідністю для передачі інформації та знань у горизонтальній площині соціальної взаємодії, і у вертикальній площині між поколіннями. Мова стала необхідним елементом комунікаційного процесу, який забезпечував формування інформаційного ресурсу повідомлень, що мають соціокультурне призначення. Використання предмета комунікаційної дії – усного повідомлення (тексту) – відбувалося за схемою «з вуст у вуста». Ця схема була основою накопичення соціального досвіду, а також засобом, який обслуговував суспільну практику. Мова, будучи по природі знаковою системою, у своїх перетворених формах поступово входить у різноманітні культурні аспекти соціального життя: управління, сімейно-побутові відносини, художню творчість, політику, освіту тощо. При цьому в кожному елементі культури мова набуває своїх специфічних форм передачі культурних смислів.

Особливе значення усна форма комунікаційної дії набула в умовах становлення масових комунікацій. Масова аудиторія вимагає спеціальних знань щодо формування усних текстів, використання прийомів утримання уваги слухачів, збереження певного темпоритму донесення інформації до масової аудиторії, а також досягнення необхідного ефекту.

Існує уявлення про маскомунікативну словесність, яка подається як періодичний, комплексний текст (дискурс), призначенням якого є поширення поточної, суспільно-значущої інформації. Дискурсивність комунікаційної діяльності аналізується у роботах [70]. Це стосується різних компонентів масових комунікацій: радіо, кіно, телебачення, преси, реклами.

Поява писемної мови знаменувала собою новий етап перетворювальної діяльності людини і, насамперед, у сфері комунікацій. Лист – штучна графічна семіотична система, знаки якої позначають одиниці природної мови [85]. На основі цієї системи розвинулася письмова словесність. Як відомо, до системи письма входять: алфавіт, графіка, каліграфія, орфографія, пунктуація [там же]. Кожен з наведених елементів є необхідним з точки зору формування письмового тексту, який у свою чергу є новою формою подання змісту повідомлень, що передаються, набуває рис предмета комунікаційної взаємодії.

Система письма, включаючи норми та правила, складає необхідні підстави відтворення усного та писемного мовлення.

Поява писемності надала можливості фіксувати повідомлення на різних носіях, які мають властивості фіксації, зберігання, копіювання (тиражування), передачі (поширення). Поява письмових повідомлень зумовила розвиток документальної комунікації. Письмовий текст розширив можливості соціальної пам'яті соціуму. Завдяки письмовому тексту розвинулася документальна комунікація, яка створила умови становлення документально-комунікаційної системи суспільства [45; 120; 183; 195; 197; 238; 356; 401; 403; 459; 461].

Документ є завершеною формою писемності. У самому загальному вигляді документ – це матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлену встановленим порядком і має у відповідності з чинним законодавством правове значення [176, с. 78].

Документ є предметним елементом системи соціальних комунікацій [97; 238; 356; 459]. Його особливістю є те, що він одночасно є носієм і джерелом інформації, способом передачі та розповсюдження. Документ має різні трактування в дисциплінах комунікаційного циклу (інформатиці, музеєзнавстві, бібліотекознавстві, бібліографознавстві, журналістиці тощо). Сукупність документів утворює документальний потік в соціально-комунікаційних процесах. Документ також розглядається як мікроелемент документосфери соціальних комунікацій [97].

Процеси, технології та операції процесу обробки документа вивчаються у документознавстві [238; 356; 407]. Книжково-документальні предмети, такі як: видання художньої, наукової, виробничої та інших видів літератури, періодичні видання, карти тощо – входять у сферу праці бібліотечної та архівної діяльності, діловодства.

Поняття «текст» у письмовій комунікації в сучасній культурі набуло особливого значення, оскільки текст почав розглядатися як породження культурутворюючої діяльності людини в усіх сферах соціального буття в основах формування інформаційної культури [218]. Текст як інформаційне повідомлення в інформатиці має вже давню традицію подання в інформаційно-комунікаційних каналах (К. Шеннон, Н. Віннер, А. Моль). Форми інформаційного предмета, його особливості, властивості достатньо розглянуті в літературі (Р. Громов,

Ю. Шрейдер, М. Ш. Цаленко) [176, с. 258]. Різновиди інформаційного повідомлення (репортаж, новини, аналітика) розглядаються в предметному аспекті в журналістиці, теорії масових комунікацій.

В науці порушується питання про міждисциплінарність поняття «текст» [94; 95; 133; 416]. У сучасних дослідженнях текст переростає свої межі до межі реальності [418]. Текст є носієм соціально значущої інформації як похідної різного роду сигналів, повідомлень із зовнішнього середовища, в тому числі об'єктів навколишнього середовища, які мають знаковий характер і виступають у вигляді певного коду [94]. Фахівці дійшли до ототожнення інформації й змісту повідомлення [412; 413; 470]. Серед сучасних дослідників дедалі більше проявляється ставлення до тексту як до метафори соціального простору, який організовано за мовним принципом. До нього ставляться як до простору розуміння в глибокому філософському плані [60], де відтворюється світ культурної історії людства [67]. Інтернет-простір також розглядається як мовний, текстовий простір [416]. Текст безпосередньо розглядається як одиниця комунікаційної взаємодії, оскільки стосується форми і змісту комунікаційних повідомлень в соціально-комунікаційній системі суспільства [192]. Його співвідносять також з формами масової комунікації [63]. Текст в структурі художньої літератури як однієї з комунікаційних підсистем досліджувала О. Л. Біличенко [44; 45]. Вона доводить на широкій історико-науковій базі приклади виникнення, розвитку та трансформації текстів художньої літератури в залежності від соціокультурних потреб суспільства, виявляє форми текстів в процесі становлення жанрових форм літератури. Текстовим формам наукової комунікації приділяє увагу у своєму дослідженні Г. В. Шемаєва [461].

Електронна комунікація є наступним етапом трансформації предмета комунікаційної діяльності. Як зазначалося вище, багато традиційних предметів отримали нове життя в інформаційно-комунікаційних системах та системах мультимедіа, об'єднали знак, звук, рух, зображення, текст. Революція в галузі соціальних комунікацій, виникнення глобальної мережі Інтернет, розвиток засобів зв'язку і телекомунікацій є об'єктивною причиною появи нових форм повідомлень, призначених для передачі в суспільстві.

На цьому етапі слід говорити про появу електронного документа, який на перших етапах освоєння електронного комунікаційного середовища був «дзеркальним» відображенням традиційного документа і, насамперед, на паперовому носії. Розгляду питань щодо сутності змін документу в інформаційну епоху, його характеристикам присвячені роботи [238; 257; 407].

Електронна комунікація є наслідком розвитку інформаційних технологій і, насамперед, автоматизованих технологій генерування, обробки, збереження, передачі і поширення документалізованої інформації. Подальший розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, а також розширення можливостей мультимедіа призвело до появи думок щодо завершення ери документальної комунікації [401]. Однак, ми є свідками дії закону кумуляції комунікаційних каналів, сформульованого А. В. Соколовим [там же]. Згідно з ним у сучасній системі соціальних комунікацій уживаються як різні канали передачі інформації, так і присутні різні предмети комунікаційної діяльності, що, на нашу думку, відбиває нерівномірний розвиток соціально-комунікаційного простору в суспільстві.

Дискусія з приводу визначення електронного документа фактично пішла на спад, оскільки актуальним вже є не стільки визначення, скільки необхідність швидкого реагування на появу все нових і нових форм існування електронних текстів.

Вже склалися певні підходи до класифікації електронних документів, нові форми яких виникають відповідно розвитку комунікаційних технологій. Відомі різні підходи до розгляду електронних документів, які на наш погляд, можна звести до одного підходу: «електронний документ – це документ, який створюється, зберігається та обробляється, записується, відображається, використовується та/або передається за допомогою електронних, аналогових та інших засобів зв'язку, відмінних від традиційних паперових форм, має встановлені законом структуру та реквізити, що дозволяють визначити автора документа», – який отримано в результаті проведеного Кулик Т. Ю. дослідження [233]. Це та інші існуючі визначення електронного документа так чи інакше звертаються до онлайнної або офлайнної форми документа у традиційному документальному підході. Швидкість змін предметної форми комунікаційної взаємодії в електронному середовищі значно вище, ніж теоретичне осмислення цих явищ. Слід зазначити, що

електронне середовище та інформаційні технології впливу на комунікаційний предмет посилили значення змісту документа над його формою, значення досягнення комунікаційної мети над способами подання повідомлення.

В літературі, присвяченій медіа-простору, особливо стосовно сфери масових комунікацій, визначається, що в процесі інформаційної взаємодії беруть участь і комунікат, і комунікант, а форма подачі повідомлень істотно змінюється. Фахівці та практики порушують питання про такі форми комунікаційного предмета, що виходять з мережевих контактів (соціальних мереж, чатів, форумів, блогів) і швидко переходять у предметні форми діяльності професійних комунікаторів. Можна зауважити, що самі одержувачі інформації стають співвиробниками комунікаційних повідомлень, перетворюючи наявні в електронному просторі комунікаційні форми, а також виступають замовниками нових медіа-продуктів [428]. Це створює ситуацію, коли професійні комунікатори повинні відстежувати зміни в потребах аудиторії, реагувати на них. Вони повинні враховувати не лише свою роботу для конкретних медіа-платформ, але і диференціювати потреби аудиторії, її інтереси й уподобання, упаковувати інформацію в прийнятні для аудиторії форми медіа-продукту. Все частіше інформація вимагає свого подання паралельно подіям – онлайн, мультимедійно і мультиформатно [428].

В умовах сучасного медіа-простору постають нові питання щодо комунікаційної діяльності, її предмету, ролей, учасників комунікаційного процесу.

Розгляд еволюції предметних форм соціальної комунікації дозволяє зробити висновок про те, що первинні знаково-символічні форми спілкування і комунікації зазнали істотних змін. Відповідно розвитку комунікаційної культури та комунікаційної діяльності, під впливом зростаючих потреб суспільства форми подання інформації видозмінювалися відповідно до нових способів і технологій, а також субстанціональних особливостей результатів мислення людей.

Перспектива поглиблень дослідження предметності комунікаційної діяльності також пов'язана з вивченням впливу змін змістовної сторони переданих повідомлень, виявленням переваг і можливостей новітніх презентацій смислів, нових форм організації контенту, а також вплив цього вмісту на аудиторію.

Деякі дослідники [5, с. 151-153] вважають, що правомірним є вивчення інформаційних систем, виходячи з трьох рівнів абстракції: організаційного, концептуального і технологічного. Ці рівні становлять взаємопов'язані аспекти, які відображають онтологію інформаційних систем і утворюють єдине ціле. Їх специфіка визначається, на думку автора, рівнем аналізу інформаційної системи, до яких він відносить, по-перше, організаційний рівень, той що дозволяє розкрити потреби побудови тієї чи іншої інформаційної системи, на основні вимоги до її функціонування. По-друге, концептуальний рівень або семантичний, що включає в себе формальну модель реалізації організаційних вимог у вигляді описів конкретної предметної сфери.

Слід зазначити, що технологічний рівень складається з моделей, що безпосередньо стосуються практики переведення раніше згаданих моделей в діючу інформаційну систему із застосуванням сучасних технологій [5].

Важливо зауважити, що Н. Луман також допускає можливість виокремлення системи, що займається обробкою інформації в структурі соціально-комунікаційної діяльності сучасного етапу її функціонування. При цьому за його логікою, сама інформація відрізняється: що мало б бути і що насправді відбувається або повідомляється [256]. Можна вважати, що головним при розгляді комунікаційної сфери діяльності в сучасний період стає «самопостереження і опис систем», коли опис комунікації дозволяє судити про відносини всередині підсистем суспільства [там же]. Тут слід додати і думку Ю. Хабермаса про те, що новий тип ефекту опредмечування, проявляється, насамперед, у комунікативно структурованих сферах дії [443]. Це також дає нам підстави вважати доцільним і методологічно обґрунтованим звернутися до більш глибокого і систематичного розгляду соціально-комунікаційної діяльності.

Отже, незважаючи на всі відомі інтерпретації соціальної комунікації, комплексний розгляд соціально-комунікаційної діяльності ще не є завершеним. Вивчення соціально-комунікаційної діяльності залишається актуальним завданням в об'єднанні історико-еволюційного, процесного, субстанціонального, функціонально-цільового аспектів, що дозволить сформувати цілісне системне уявлення.

Таким чином, складається ситуація методологічно-наукової інтерпретації, в якій у процесі міждисциплінарної

взаємодії і спеціально-наукової теоретизації соціально-комунікаційного знання науковці не можуть зупинитися лише на цитуванні або запозиченні підходів і результатів досліджень широкого кола наук, що вивчають СК-феномени.

Філософсько-наукова асиміляція та фундаменталізація досліджень соціальної комунікації, поглиблення вивчення соціально-комунікаційної діяльності можливо лише в системі координат, де соціально-комунікаційна діяльність стає об'єктом наукового пізнання.

Існуючі підходи поки що не дозволяють повною мірою описати досвід СКД, оскільки предметне коло конкретних соціально-гуманітарних наук не торкається сутності, субстанціональності СКД в її найбільш розгорнутому вигляді.

Обраний дослідницький підхід до соціально-комунікаційної діяльності в нашій роботі відображає комунікаційний досвід на конкретно-практичних техніко-технологічних предметно-трудовах проєкціях соціальної взаємодії.

Комунікаційна діяльність зумовлюється індивідуальними та суспільними комунікаційними потребами, інтересами, мотивами. В соціально-комунікаційній теорії А. В. Соколов пов'язує з ними появу різних форм комунікації, опосередкованих цілями комунікаційних зв'язків: створення спільності – спілкування; маніпулювання свідомістю – управління; вибір зразків поведінки – імітація (наслідування) [401]. Близькій до цього підходу В. В. Різун [378]. В соціології комунікацій склалося ставлення до комунікаційної діяльності як до засобів спілкування, формування сфери суспільних відносин, зокрема, В. П. Конецька звертає увагу на той факт, що соціологи пов'язують спілкування з соціально-зумовленим видом діяльності людей. Вона наголошує на тому, що комунікація має три головні інтерпретації: 1 – проблема диференціації і систематизації комунікаційних засобів; 2 – проблема міжособистісної комунікації; 3 – проблеми масової комунікації [217, с. 7]. Результатом комунікаційної діяльності в цьому контексті є створення умов найкращого задоволення інформаційних суспільних потреб та визначення критеріїв ефективності соціально-комунікаційних служб [401, с. 260-261]. Такої ж думки дотримується В. В. Різун, розглядаючи масмедійну діяльність [379].

Ільганаєва В. О. пропонує розглядати соціально-комунікативну діяльність людини як родову відносно окремих видів комунікації, що пов'язані з передачею людського знання незалежно від форми його фіксації [176, с. 306-309]. В широкому розумінні вона розглядає комунікаційну діяльність як особливий вид соціальної активності, направленої на забезпечення глобальної інформаційно-когнітивної взаємодії в суспільстві та її підтримку через збирання, обробку, збереження, переробку, розповсюдження і використання соціальної інформації та реалій. СКД вона розглядає як об'єкт соціально-комунікаційної теорії. Треба зауважити, що в роботах В. О. Ільганаєвої простежується послідовний розвиток концепції про предметність комунікаційної діяльності, її структури та механізми розвитку [184].

Діяльнісна складова комунікації витікає вже з її функціонального призначення і подається як спільна діяльність учасників комунікації (комунікантів), в ході якої виробляється спільний (до певної межі) погляд на речі та дії з ними [203].

Методологічні аспекти сучасної теорії соціальних аспектів залишаються актуальними з точки зору становлення та розвитку соціально-комунікаційної сфери. Підвищення теоретико-методологічного осмислення феноменів соціальної комунікації вимагають умови інтеграційних тенденцій в площині соціальної взаємодії на основі електронних систем, утворення єдиного простору з особливими нормами, стандартами, вимогами до учасників комунікаційного процесу [306].

Становлення системної методології вивчення соціальної комунікації зумовлено налагодженням зв'язків всередині соціальної комунікаційної системи, що отримує все більшого визнання як особлива підсистема соціокультурного простору сучасності. Системність методології передбачає використання міждисциплінарного підґрунтя щодо вивчення соціальної комунікації в її найбільш розвинутому вигляді. На думку дослідників (В. О. Ільганаєва, О. С. Пономарьов, С. О. Заветний, А. В. Соколов та ін.), існує система соціально-комунікаційної діяльності. Становлення системи соціально-комунікаційної діяльності потребує її дослідження як певної цілісності. Потрібно встановити ті процеси, що визначають її організацію, функції, технології. На часі залишається актуальним питання трансформаційних змін у засобах, знаряддях, моделях комунікаційної діяльності, а також інтеграційні тенденції, що

виникли під впливом інформатизації суспільних комунікаційних зв'язків. Останнє має ще бути проаналізовано і доведено до професійної спільноти науковців і практиків соціально-комунікаційної сфери. Крім того, розгляд соціально-комунікаційної діяльності як суспільної підсистеми актуалізує питання професійної характеристики кадрів, що працюють на різних ділянках комунікаційного процесу.

1.3. Праксеологічні ознаки соціально-комунікаційної діяльності

Визначальним фактором зростання можливостей дослідження суспільних процесів з позицій соціально-комунікаційного знання та формування нових підходів до розуміння суспільної практики є інформатизація. Становлення інформаційного суспільства залучило соціально-комунікаційну діяльність до соціально-економічної сфери суспільства і, таким чином, зробило необхідним вивчення відносин між базисом і надбудовою, життєвим світом та системою, виробничими відносинами та нормативною стороною суспільної діяльності [492]. Процес переходу від індустріального до постіндустріального або інформаційного суспільства ставить під сумнів питання про можливість розуміння сучасних форм соціальних комунікацій з позиції старих схем соціальної практики, діяльності та праці [140; 162; 163; 165; 175; 491; 492]. Інформаційне суспільство не може цілком розглядатися з позицій класичної соціологічної теорії, оскільки воно не піддається повному раціональному опису. Значний внесок у формування комунікаційного підходу в галузі класичної філософії та соціальної філософії зробили представники франкфуртської школи (Т. Адорно, М. Хоркхаймер), а також представники системної теорії (Е. Дюркгейм, Р. Мертон, Т. Парсонс).

Усвідомлення нового стану соціально-комунікаційної підсистеми суспільства формується під впливом зовнішніх факторів, а саме змін і трансформацій соціальної реальності, що відбувається з 70-80 роки ХХ ст. Лоскутнікова В. М. звертає увагу на той факт, що сутнісні особливості соціальних процесів поширюються через аналіз механізмів комунікації, коли комунікативний простір постає як автентична форма соціальної реальності [249]. Отже, комунікативний простір є формою репрезентації соціальної реальності, оскільки комунікативний

простір ототожнюється з соціальним і види соціальних процесів виявляються шляхом дослідження сучасних механізмів комунікації [там же].

Базова структура сучасного суспільства за М. Кастельсом підлягає новій мережевій логіці, що і є відображенням нових властивостей соціальної реальності. Вона забезпечує структурування неструктурованого при збереженні гнучкості відносин у соціумі, при цьому неструктуроване є рушійною силою новацій у людській діяльності [201]. Виробництво засобів існування утворює вихідний пункт історії людства, його перший історичний акт [227]. Визначення місця та ролі комунікації в становленні соціуму, його виробничої підсистеми, культуротворчої сфери, відтворення соціального досвіду стає важливим завданням теорії соціальних комунікацій.

Матеріальне виробництво є найважливішою складовою соціуму, але і визначальною в структурі сукупного суспільного виробництва. Інтеграція будь-яких суспільних відносин з відносинами матеріального виробництва зумовлює їх існування як матеріальних відносин. У структурі матеріального виробництва розрізняють дві підсистеми: технологічний спосіб виробництва (спосіб взаємодії людей з предметами і засобами своєї праці) та економічний спосіб виробництва (спосіб взаємодії продуктивних сил і виробничих відносин) [227]. З цього складається необхідна єдність матеріально-технічного базису й технологічних відносин. Фактором єдності виступає людина та її оволодіння технікою на кожному етапі технічного прогресу. Форми цього зв'язку узагальнюються в науці як зміна технологічних засобів виробництва. Зокрема, існує така градація засобів: привласнювальні, аграрно-ремісничі, індустріальні, інформаційно-комп'ютерні [227]. Сюди можна додати результати дослідження Е. Тоффлера, який вивчав технологічний базис комунікаційної діяльності в умовах інформаційного суспільства [425].

Технологічному засобу виробництва притаманні специфічні знаряддя праці. Слід нагадати, що у привласнювальному технологічному засобі виробництва специфічними є ручні знаряддя індивідуального та колективного користування для полювання, рибної ловлі, збирання комах і рослин. В основному, в цей період людина використовувала природні елементи та матеріали. При аграрно-ремісничному засобі з'являються штучні знаряддя і матеріали

(металевий плуг), а також використовується сили тварин та приладів (вітряний і водяний млини, гончарне приладдя). У індустріальному – використовуються механічні конструкції (машини). В інформаційно-комп'ютерному знаряддям стає автоматизована техніка.

За іншими градаціями засоби виробництва розглядають як ручний, машинний, автоматизований. Це також визначає і характер праці. Відповідно до технологічного засобу виробництва складаються трудові відносини, що входять до системи організації праці (кооперація, спеціалізація, координація). Так виникають різні технологічні відносини, в основі яких лежать відносини виробника матеріальних благ до предмету і засобів своєї праці, а також до людей, які взаємодіють у технологічному процесі [227]. Розглядаються також і засоби або знаряддя праці як комплекс речей, що людина використовує для впливу на природу.

У філософії діяльність розглядається як універсальний метод засвоєння людиною матеріального та духовного світів. Діяльність відносять до першого етапу антропогенезу і, взагалі, до людської діяльності науковці відносять: виникнення людини сучасного типу (антропогенез), людського суспільства (соціогенез) та процес появи і становлення культури будь-якого народу (культурогенез) [150, с. 17].

Філософія зробила значний внесок у вивчення природи людської діяльності. Виникнення суспільної філософії та її розвиток велика кількість дослідників пов'язують саме з необхідністю вивчення діяльності. Достатньо вивченим є такий напрям, де становлення людської діяльності пов'язано з тріадою «потреби – інтерес – стимул». Потреби сформувалися в процесі соціалізації людського буття, зумовили появу інтересу як форми потреби та її усвідомлення. Інтерес проявляється у свідомості людей як стимул, тобто, як певне спонукання до дії. Розрізняють матеріальні та духовні потреби, що в сукупності утворюють потреби суспільства й індивіда. Стимул є сигналом до конкретного акту діяльності. В історичній перспективі і в поточному часі з множини конкретних актів діяльності складається суспільно-історична практика [227].

Практика – це людський специфічний спосіб ставлення до світу. Вона є проявом активного перетворення об'єктивних предметів і явищ, з якими зустрічається людина. Розрізняють поняття «практика» і поняття «діяльність». Вважається, що

«діяльність» містить як практичне, так і теоретичне ставлення людини до світу. «Практика» лишається базисом розгортання будь-яких видів діяльності і, в цілому, опосередковується соціокультурним станом і характеристиками цивілізаційного розвитку суспільства. До характерних рис практики, за думкою С. Крапивенського, належить: 1 – вихідне ставлення людини до світу, що складається відносно формування структури соціальних зразків буття; 2 – активне діяльнісне ставлення людини до світу відповідно до розвитку людини і суспільства, з одного боку, пасивне ставлення до природи і активне, а з іншого – активність через зростання духовного складу людини, її відрив від матеріального світу [227]; 3 – суспільний характер практики. У ході практичної діяльності людина вступає до відповідних суб'єкт-об'єктних відносин. В якості суб'єкта людина знаходиться в історично зумовлених відносинах до об'єкту своєї праці; 4 – цілеспрямованість «практики». В процесі усвідомлення потреб, інтересів і стимулів формується мета практики як передбачення результату діяльності.

Таким чином, з цих особливостей виходить, що матеріально-практична діяльність людей є системоутворюючим компонентом соціуму. На основі діяльності в умовах суспільно-значущої практики зароджуються і розвиваються суспільні відносини. Із матеріально-практичної діяльності (або матеріального виробництва) виходять всі інші види людської діяльності: політична, духовна, екологічна, виробнича, освітня, наукова, сільськогосподарча, державно-управлінча та інші. Комунікаційна діяльність в державному управлінні знаходить багатоаспектне вивчення у роботах [130-132].

Виходячи з цього, визнання соціально-комунікаційної діяльності як суспільно-історичної практики має певні підстави. Головною ознакою є те, що соціальна комунікація опосередковує будь-яку діяльність на всіх рівнях існування організації й відтворення суспільної діяльності в цілому. Будь-які актори суспільної діяльності залучені до комунікаційних відносин в умовах сучасного комунікаційного середовища (або середовищ), як це пропонують Зотов В. В., Ільганаєва В. О.

Комунікація постає як універсальна форма соціальності, що змінюється протягом історичної еволюції. В історичному контексті розвитку комунікації виникає нормативна й емпірична база її функціонування в суспільстві.

Існують різні форми організації інформаційних систем і ресурсів соціально-комунікаційної діяльності. Ці аспекти є предметом дослідження в інформатиці, соціальній інформатиці, бібліотекознавстві. Якщо узагальнювати ці конструкти, то слід зауважити, що разом зі змінами форм організації документів, таких як бібліотечна колекція, бібліотечний фонд, документально-інформаційний фонд, фонотека, відеотека, мережеві інформаційні ресурси, бази даних тощо, змінювались технічні та програмно-технологічні засоби відтворення комунікаційного процесу та його підтримки за допомогою різних інформаційних систем. Склалося широке правове поле в сфері обігу інформації в суспільстві, що є сферою застосування норм законів та актів [228].

Як відомо, соціальна діяльність є сукупністю соціально значущих дій, що здійснює суб'єкт (товариство, клас, група, особистість) у різних сферах і на різних рівнях соціальної організації суспільства, що переслідують певні соціальні цілі та інтереси і використовують в ім'я досягнення цих цілей і задоволення інтересів різні засоби – економічні, соціальні, політичні й ідеологічні [191].

Будь-яка суспільна діяльність замовлена забезпеченням потреб життєдіяльності суспільства, груп, особистості та оволодінням необхідними життєвими благами. Діяльність включає чотири взаємопов'язані підсистеми: об'єктивно-передпосилчу (потреби та інтереси); суб'єктивно-регулятивну (диспозиції); виконавчу (сукупність вчинків, що здійснюються задля реалізації мети); об'єктивно-результативну (результати діяльності) [227].

У структурному плані діяльність складається з різних форм, засобів, знарядь, етапів, дій та операцій, що спрямовані на досягнення певних результатів. Виокремлення мети в структурі діяльності було здійснено в психології у процесі вивчення вищих психічних функцій людини [88; 191; 243]. Психологічний аналіз діяльності передбачає виділення в ній основних структурних компонентів та встановлення характеру зв'язку між ними. До них належать мотив, мета, умови реалізації мети, окремі діяльності, дії та операції. Отже, мета – причина розвитку як ідеальний або реальний предмет свідомого або несвідомого прагнення суб'єкта; фінальний результат, на який спрямований процес. У загальному вигляді під метою розуміється уявне або образне уявлення кінцевого або

проміжного результату діяльності. Завдяки меті діяльність стає впорядкованою і передбачуваною для іншого суб'єкта діяльності. Вона як би концентрує в одному напрямку всі зусилля і ресурси людини. Цілісна діяльність складається з системи окремих, відносно самостійних дій, збудованих в певній часовій послідовності, що призводять до досягнення мети всієї діяльності. Як свідчать спеціальні дослідження в структурі діяльності, визначена наявність певних дій та операцій, що є відображенням поетапного виконання руху щодо досягнення певної мети, а також використання можливостей здійснення діяльності в цілому [191]. Дія є елементом, через розвиток якого діяльність розвивається внаслідок опанування різними техніками її виконання, засобами та знаряддями, що з'являються шляхом розвитку суспільної діяльності в цілому. Відносно комунікаційної сфери це було розглянуто у роботах [183; 361; 401]. На рівні дій також формується мета. Мета дії може замінювати мету діяльності на певних етапах її розвитку як суспільної практики на всіх її рівнях. На нашу думку, структура людської діяльності, зокрема соціально-комунікаційної, є чинником протиріч між цілями діяльності, що виникають на рівні всієї комунікаційної системи, та цілями діяльності в різних суспільних підсистемах.

Підтвердженням цієї думки є наявність багатообразності соціальних дій, що зводяться науковцями до таких характеристик: 1 – цілеспрямована дія, пов'язана зі зміною даної соціальної системи або умов діяльності; 2 – дія, спрямована на їх стабілізацію; 3 – дія, що переслідує мету адаптації до даної соціальної системи і умов діяльності; 4 – інтегративна дія, що припускає включення особистості, групи або будь-якої іншої спільноти в більш велику соціальну спільність або систему [190; 191; 227].

Мета комунікації опосередковується її функціями в процесі комунікаційної взаємодії: обмін інформацією, формулюванням думок, вплив на адресата, виклик емоційної реакції, обмін ритуальними або етикетними формулами, досягнення взаєморозуміння, досягнення спільності у взаємодії, маніпуляція станом адресату, підкорення його зовнішнім впливам.

Як ми вважаємо, соціально-комунікаційна діяльність має розглядатися через призму комунікативних стратегій, цілей тих, хто знаходиться в процесах комунікації [309; 310; 313]. Вона є

цілеспрямованою діяльністю, що доповнюється різними тактиками комунікаційної поведінки через залучення різних засобів взаємодії. На це звертають увагу більшість дослідників соціальної комунікації з позицій теорії соціальних комунікацій: Л. С. Виготський, С. О. Заветний, В. О. Ільганаєва, С. М. Пазиніч, О. С. Пономарьов, А. В. Соколов, О. М. Холод [88; 148; 183; 361; 401; 447].

Структурно-функціональний аналіз соціально-комунікаційної сфери та визначення її цільової спрямованості здійснено І. О. Ільганаєвою та А. В. Соколовим [183; 401]. Діяльнісний аналіз спілкування як результат онтологічних, гносеологічних, аксіологічних узагальнень здійснює О. С. Пономарьов [361]. На основі виявлення праксеологічних ознак спілкування він доводить, що спілкування треба розглядати як окремий вид суспільної діяльності, що має свої функції і мету. Необхідне підґрунтя для подальших досліджень спілкування і комунікації на основі діяльнісних постулатів складають колективні праці [146; 147; 148; 295; 301].

Реалізація будь-якої дії або діяльності в цілому здійснюється в контексті деяких об'єктивних і суб'єктивних факторів (обставин) стосовно досягнення поставленої мети. Вони називаються умовами реалізації мети. Їх можна охарактеризувати як зовнішні та внутрішні умови діяльності, аналіз яких передбачає вибір засобів здійснення діяльності, визначення алгоритму дій, ресурсів, об'єктів, а також побудови стратегій і тактики діяльності. Це знаходить відображення в працях стосовно питань соціально-комунікаційної діяльності, її соціокультурної зумовленості та функціонально-цільового наповнення, зокрема, тих, що розглядають підсистемний рівень (ЗМК, бібліотеки).

Суспільним призначенням комунікаційної взаємодії на початковому етапі становлення соціуму було забезпечення збереження та безперервного розвитку людської спільноти та загального процесу соціалізації. Далі комунікаційні відносини були спрямовані на обслуговування процесу спільної праці людей, закріплення та передачу життєвого досвіду, що накопичувався в сфері соціального життя людини. Поступовий процес розвитку цільової компоненти спілкування як первинної форми суспільної взаємодії розглядає О. С. Пономарьов [361]. Він називає чотири основних функцій, що вплинули на формування цілей спілкування та формування комунікаційних

відносин: інформативно-комунікативна, перцептивна, регулятивно-комунікативна (або інтерактивна), емоційно-комунікативна [там же, с. 54].

Самостійне значення і формування цілей комунікації з'явилося в період зародження та становлення соціально-комунікаційних структур. Поступово в історії соціальної взаємодії виникали та розвивалися засоби соціально-комунікаційної діяльності, етапи та механізми трансформації. Мета комунікаційної діяльності виникає як реакція на задоволення відповідної суспільної потреби при певних умовах. З погляду діяльнісно-структурного та діяльнісно-процесного підходів вона формулюється згідно з превалюючим суспільним завданням: збереження книжково-документальних надбань, інформування населення, встановлення зв'язків між учасниками в різних сферах суспільної діяльності, регулювання суспільних відносин тощо.

Комунікативна мета трактується по-різному. Наприклад, в якості мети комунікативного акту вона подається як інформування, надумане створення непорозумінь, ескалація напруги, формування певної думки, ставлення до будь-чого або до будь-кого (М. Яцемірська) [Цит. за 176, с. 359], а також як планований результат; орієнтири, на досягнення яких спрямована комунікативна діяльність (Ф. І. Шарков) [Цит. за 176, с. 359]. У масмедійному поданні, наприклад, у журналістиці, мета впливає з її призначення, при цьому, ані збирання та осмислення інформації (пізнання дійсності), ні її публікація (відображення дійсності) не можуть бути віднесені до кінцевих цілей. У цій якості виступають вплив на суспільні процеси, участь у соціальному саморегулювання, сприяння конкретній людині або організації тощо.

Мета соціально-комунікаційної системи, за попередніми дослідженнями В. О. Ільганаєвої, полягає у створенні умов і якості взаєморозуміння між суб'єктами на різних рівнях соціальної взаємодії; саморозвитку та самоорганізації біосоціальних об'єктів; створенні доступних форм розповсюдження інформації та знань, їх використання у відповідності до потреб особистості й суспільства; формування інформаційно-когнітивної ресурсної бази прийняття рішень на всіх рівнях соціального управління [176, с. 282-288; 306-309]. На думку автора, становлення і функціонування системи соціальних комунікацій породжує не тільки нові соціальні

реальності, але і нові соціальні відносини в умовах метасистемності зв'язків в суспільстві, а також створює умови виникнення нових соціальних процесів (мета процесів: глобалізації, інтелектуалізації, метатрансформатизму) [там же, с. 282-288]. Становлення медіа простору сучасності в значній мірі підтверджує таке бачення розгортання цілей соціально-комунікаційної діяльності [332; 333; 385; 440], але, на нашу думку, ще потребує додаткового дослідження.

Функціональне призначення комунікаційної діяльності в різних соціально-комунікаційних підсистемах суспільства складає основу формування цілей цієї діяльності. Цільова компонента, як правило, визначається на рівні конкретних інституалізованих сфер комунікаційної діяльності, а також на рівні дій на окремих ланках комунікаційного процесу.

Визначення системної мети, уточнення цілей комунікаційних структур в межах їх функціонального спрямування та їх координування слід здійснювати з урахуванням всього історичного розвитку і досвіду функціонування комунікаційних структур і підсистем до етапу їх системного прояву в соціально-комунікаційній системі суспільства [93]. Слід також враховувати, що в явищах культури соціально-комунікаційний інститут виступає як вища форма функціонування соціально-комунікаційної підсистеми суспільства і включається до механізму досягнення соціально-значущих цілей [265]. У подальших дослідженнях слід враховувати характеристики соціально-комунікаційного інституту як сфери реалізації особливого виду суспільної практики, що були надані автором та отримали перевірку часом: підпорядкованість суспільним потребам, стосовно як структури, так і функцій комунікаційного інституту суспільства; регулятивний характер, тобто наявність певного досвіду з взаємодії його елементів всередині своєї системи, а також з іншими підсистемами суспільства (проявами якої є загальні норми, санкції, статуси суб'єктів діяльності, групові стратегії та ін.); матеріалізація соціального досвіду через суспільно напрацьовані форми функціонування системи соціально-комунікаційної діяльності (комунікаційні структури, галузі, організації).

Протиріччя у визначенні цілей соціально-комунікаційної діяльності зумовлені процесом історичної диверсифікації комунікації в суспільстві, відсутністю теоретичного

узагальнення та наукової узгодженості відносно історико-генетичної єдності комунікаційної діяльності в різних соціально-комунікаційних підсистемах суспільства, а також її системною організацією і структурним розмаїттям, що викликано складною організацією сталого комунікаційного процесу, особливо того, що склався в доіндустріальний період.

Мета комунікаційної діяльності зводиться до різних проявів досягнення індивідуальних, групових і суспільних потреб та інтересів. Загальною метою інформаційно-комунікаційної діяльності є перетворення інформації для вирішення завдань будь-яких споживачів, забезпечення умов доступу до інформації. Ця мета притаманна будь-яким комунікаційним структурам. Далі розподіл цілей діяльності комунікаційних структур пов'язаний з їх функціональними завданнями в системі соціальних комунікацій. Це докладно розглядається у роботах А. В. Соколова, В. В. Різуна, Ф. С. Бацевича, В. М. Бебика, В. О. Ільганаєвої, К. Б. Гельман-Виноградова. Наприклад, довгострокову кумуляцію інформації забезпечують бібліотеки, архіви, книжкові палати, музеї, служби НТІ. Мета поширення інформації, формування соціокультурних зразків поведінки або здійснення впливів на стан суспільної свідомості, що вписуються до трансляційної функції соціально-комунікаційних структур, відповідає короткостроковій кумуляції інформації. Головними комунікантами, що реалізують подібні цілі, є видавництва, ЗМІ, рекламні агенції, книготоргові установи, інформаційно-посередницькі фірми тощо.

Суспільство потребує доступу до широкомасштабних інформаційних масивів, баз даних, що мають великі обсяги пам'яті, з якими звичайний користувач Інтернету зможе працювати. Завдання соціально-комунікаційної теорії полягає у створенні організаційних і технологічних структур, розробці відповідного програмного забезпечення для функціонування нового інформаційного середовища з розподіленими ресурсами (інформаційними та обчислювальними), забезпечення доступу до них індивідуальних користувачів, дослідницьких груп, лабораторій та інститутів (ці спільноти називають віртуальними організаціями, *collaboratories*) [341].

Інформаційне суспільство зберігається шляхом домінування виробництва інформації, що є віддаленою від інформаційного продукту як джерела цієї інформації. Продукування комунікаційних повідомлень з використанням

комп'ютерної техніки та телекомунікаційних засобів зв'язку дещо змінює звичний процес комунікації. Виникають нові організаційні форми комунікаційної діяльності, інституалізація яких відбувається у незвичних умовах. Віртуалізація суспільно-комунікаційних зв'язків надає певних особливостей інституту соціальних комунікацій [170]. Нові організаційно-діяльнісні утворення не мають чітких фізичних меж, їх діяльність здійснюється фактично безперервно, колективи фахівців, що в них працюють, зв'язані лише комунікаційною мережею.

В соціології соціальний інститут прийнято розглядати як стійкий комплекс формальних і неформальних правил, принципів, норм, установок, які регулюють різні сфери людської діяльності й організують їх в систему ролей і статусів. Соціально-комунікаційні інститути або інституції соціальної пам'яті виникають з різноманітних потреб, які можна визначити як соціальні потреби у збереженні та поширенні культури й накопичення знань [184]. Соціально-комунікаційний інститут стає головним у системно-структурному аналізі комунікаційної діяльності. Вивчення соціально-комунікаційного інституту надає можливість узагальнення різноманітних дій людей, найбільш істотних типів діяльності та соціальних відносин шляхом співвіднесення їх з фундаментальними цілями і потребами соціальної системи [176]. В якості соціальних інститутів прийнято розглядати науку, освіту, бібліотечну та інформаційну сфери, політику, систему масових комунікацій, економіку тощо.

Березенко В. В у своїй роботі наводить широку концептуальну базу вивчення інституалізації соціально-комунікаційної діяльності, називає відомих російських, українських та європейських соціологів, фахівців у сфері соціальних комунікацій і PR [39]. Тим самим підтверджується актуальність вивчення інституціональних процесів в сучасній комунікаційній науці.

Інституційний аналіз розглядається нами як інструмент виявлення основних елементів, ознак, залежностей в межах певних діяльнісних утворень. Аналіз зовнішніх та внутрішніх чинників становлення і розвитку соціального цілого потребує вивчення також його внутрішньої структури, тобто видової різноманітності діяльності, соціальних ролей і функцій. У межах інституційного аналізу зазвичай виділяються такі конструкти як соціальний інститут, соціальні структури, соціальні системи, які

в комплексі дозволяють виявити і відтворити інституційні процеси в комунікаційній сфері людської діяльності.

Найбільш характерною рисою розвитку інформаційних технологій є формування нових компонентів взаємодії в електронному середовищі. Цей процес породив нові методологічні підходи, програмні апаратні рішення, нові терміни й поняття, пов'язані з розвитком розподіленої інфраструктури інформаційних технологій і ресурсів [54; 341].

Становлення комунікаційного суспільства (Див. Розділ 1. п. 1. 1.) зумовило необхідність звернення до інституційного підходу, який отримав поширення в соціології. Він дозволяє простежити генезис становлення соціально-комунікативних інститутів згідно з розвитком суспільних потреб у створенні, переробці та споживанні соціальної інформації [453].

Вважається, що інституалізація являє собою формування різних типів соціальної практики як соціальних інститутів [176, с. 93]. Додамо, що комунікаційні відносини в цьому процесі, крім необхідних відносин і зв'язків між структурами соціальної діяльності, відіграють одну з найважливіших системоутворюючих функцій.

Як вже зазначалося у попередньому підрозділі, проблема інституалізації соціально-комунікаційної діяльності в межах теорії соціальних комунікацій не має комплексного, системного опису та потребує додаткових досліджень. Винятком в потоці публікацій щодо інституалізаційних процесів є роботи В. О. Ільганаєвої та А. В. Соколова, які використовують інтеграційний підхід до вивчення соціальних комунікацій. В структурі соціально-комунікаційної діяльності склався підхід до розмежування засобів комунікації на вербальні та невербальні, виходячи з біосоціальної природи людської мови. До вербальних засобів комунікації належать письмова і усна мова, слухання і читання. Усна і письмова мова беруть участь у виробництві тексту (процес передачі інформації), а слухання і читання – в сприйнятті тексту, закладеної в ньому інформації. Невербальні засоби комунікації ще трактують як візуальні. До них належать: жести, міміка, рухи тіла, колір, просторове середовище тощо).

Будь-яка система має внутрішню та зовнішню структуру, що зумовлює виробництво відповідного продукту її діяльності. Якість цього продукту залежить від рівноважного стану взаємодії всередині та зовні системи [123; 183; 255]. Про якість

комунікації ми можемо говорити лише виходячи з аналізу станів, в яких знаходиться сучасна соціально-комунікаційна система та характеристика соціальної діяльності, що її підтримує.

Комунікаційне виробництво, що в останні роки отримало назву «медіа-індустрія», наслідувало техніко-технологічний базис інформаційного суспільства і розвинулось завдяки масштабному впровадженню мультимедійних технологій, новітніх засобів зв'язку та програмно-апаратних засобів відтворення комунікаційного процесу [155; 379]. Для авторів, які використовують узагальнюючий підхід до розгляду інформаційної сфери діяльності, характерне визнання становлення індустрії інформації [9; 30; 104; 143; 155; 189; 202; 222; 223; 327; 367; 379].

Поки що зарано говорити про остаточне оформлення комунікаційного суспільства як завершальної стадії матеріально-субстанціональної ери суспільного виробництва. Більш за все вірогідним є певне продовження усвідомлення інформації та знань як головних предметів комунікаційної діяльності. Аналіз зовнішніх та внутрішніх середовищ комунікаційної діяльності втілений у роботі В. О. Ільганаєвої. На основі широкого й ґрунтовного розгляду основних умов виникнення, становлення, функціонування та розвитку соціально-комунікаційних підсистем суспільства вона накреслює основні складові та риси загального соціокультурного середовища, а також тенденції розгортання комунікаційної діяльності в умовах документальної, інформаційної і когнітивної стадій загального комунікаційного процесу в історії становлення суспільства [183].

З переходом суспільства до інформаційної моделі стало зрозумілим, що форми соціальності не можуть бути зведені до множини соціальних взаємозв'язків. Їх зумовлює комунікаційний характер нової соціальної реальності. Вивчення, аналіз, описування та відтворення змін у новій соціокультурній ситуації вимагає нових підходів, зокрема тих, що містяться у сучасній теорії соціальних комунікацій.

Концепція комунікаційної дії була вихідною в процесі становлення уявлень про соціально-комунікаційну діяльність [443]. Теорія комунікативної дії Ю. Хабермаса показує, що шляхом раціональної реконструкції мовних схем описуються внутрішні механізми соціальної комунікації, і в аспекті

дослідження процесу модернізації суспільства вона відіграє допоміжну роль.

Соціальна комунікація дає доступ до розуміння загальносистемного впливу соціально-комунікаційної діяльності на суспільні процеси в умовах глобалізації. Дослідниця наукових концепцій Ю. Хабермаса і Н. Лумана Лоскутнікова В. М. зазначає, що Ю. Хабермас розглядає соціальне життя не через призму нематеріальних виробничих сил, а через виробничу сили комунікації [249]. «Комунікаційна дія» у середовищі природної мови координується планами дій комунікантів і здійснюється через механізми взаєморозуміння, входить до механізму відтворення суспільства як «життєвого світу». Фурс В. показує, що наряду з природною мовою, комунікативну силу мають влада та гроші, яким Ю. Хабермас також приділяє увагу [441].

У межах нашого дослідження слід згадати положення про те, що з'явився новий тип опредмечування в комунікаційній структурі суспільної діяльності [249]. Суспільна система в цілому та соціально-комунікаційна система зокрема складає зовнішній та внутрішній механізм функціонування комунікаційних відносин, задають параметри її управління комунікаційною діяльністю, що також передбачає визначення її праксеологічної конструкції. До посилення аргументації цього положення ми залучили результати роботи [63; 185; 249], що доводить: перше – комунікація постає як результат діяльності, проте діяльності самої комунікації; друге – комунікація в суспільстві відтворює саме себе, тому мова йде, насамперед, про зовнішній опис характеру і специфіки комунікації, а не експлікації внутрішніх, латентних механізмів комунікативної дії; третє – в якості предметів дослідження виступають три аспекти комунікації: розрізнення інформації, повідомлення і розуміння; четверте – комунікації як чинники дії системи вступають у відносини один з одним [249]. Ми також додамо, що звичні мовні форми передачі інформації отримали значних змін в умовах мультимедіа технологій сучасності.

Інформаційну діяльність часто розглядають як частину суспільного виробництва, що пов'язана зі створенням інформаційних продуктів і послуг, спрямованих на задоволення суспільних потреб [15; 180]. Інформаційна діяльність включає такі основні процеси: збір інформації, її обробку, зберігання, розповсюдження та інформаційне обслуговування.

Відносно інформаційного обслуговування діяльнісний підхід використовували І. О. Давидова, М. Я. Дворкіна, В. О. Ільганаєва, А. В. Соколов, Г. В. Шемаєва. Важливість вивчення інформаційного обслуговування як спеціального виду діяльності обґрунтовано в праці М. Я. Дворкіної [123]. Вважається, що обслуговування є особливим випадком спеціально організованого спілкування, де реципієнт виступає в ролі клієнта (автора запиту, вимоги), а комунікант у ролі обслуговуючого персоналу задовольняє потреби клієнта (наприклад, спілкування «бібліотекар – читач», «продавець – покупець» і т. п.) [401].

У роботі М. Я. Дворкіної розробляється теорія інформаційного обслуговування і розглядається в якості цілісної системи діяльність щодо задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом надання інформаційних послуг як феномен культури та комунікації, як механізм розповсюдження знань [123]. Ця робота дає нам додатковий матеріал для розгляду соціально-комунікаційної діяльності в бібліотечно-інформаційній сфері. Дворкіна М. Я. використовує для аналізу бібліотечно-інформаційної діяльності загальну схему комунікації як взаємодії двох суб'єктів – комуніканта та реципієнта. Вона також залучає до аналізу канали зв'язку, бар'єри комунікації, інформаційне середовище, у якій здійснюється взаємодія [123]. У роботі послідовно розглядається процес, як через інформаційне обслуговування здійснюється зв'язок інформаційної діяльності з зовнішнім середовищем. Дворкіна М. Я. визначає інформаційне обслуговування або інформаційний сервіс як діяльність, що задовольняє інформаційні потреби людей [там же]. Вважаємо, що автор підходить до межі визнання інформаційної діяльності як суспільної практики, звертаючи увагу на те, що аналіз інформаційного обслуговування дозволяє виявити місце інформаційної діяльності в суспільстві і культурі та довести єдність інформаційного обслуговування як різновиду комунікаційної діяльності в єдності культури і соціальності. Нагадаємо, що в цілому інформаційну діяльність пов'язують з діяльністю органів науково-технічної інформації та бібліотек. Але ми згодні з автором у тому, що реалізується будь-яка діяльність із задоволення потреб користувачів в інформації незалежно від того, хто надає її – бібліотека, інформаційний центр, музей, архів, або ЗМІ. Така широка трактовка діяльності з

інформаційного обслуговування відповідає новим умовам використання інформаційних технологій усіма структурами системи соціальних комунікацій і функціонуванню єдиного комунікаційного простору, в якому взаємодіють різні комунікаційні установи.

Такий погляд притаманний і представникам сфери НТІ та інформатики. О. І. Михайлов, А. І. Чорний, Р. С. Гілярєвський стверджують, що в наш час відбувається процес інтеграції бібліотечної справи з інформатикою, інформаційної діяльності з книговидавничою справою та поліграфією [180, с. 60]. Крім того, існують подібні погляди й щодо інтеграції бібліотечної справи, архівної справи та інформаційної діяльності [55; 183; 430; 450]. Безперечним є той факт, що інформаційна та соціально-комунікаційна сторони інформаційного обслуговування обумовлені зв'язком соціальної інформації та соціальної комунікації, де комунікація передбачає передачу інформації. Іншими словами інформація не може стати доступною без комунікації.

Процесний або діяльнісний підхід для аналізу бібліотечної діяльності були застосовані В. П. Леоновим [242]. Він встановив, що у процесі діяльності елементи інформаційної системи вступають у певні зв'язки. Цей зв'язок проявляється між інформаційними працівниками і джерелами інформації та представлений в таких видах діяльності як збір інформації та аналітико-синтетична переробка інформації. В управлінні такий зв'язок відбувається між інформаційними працівниками і керівниками установ через матеріально-технічну базу. Важливе місце у дослідженні посідають багатосторонні зв'язки: користувач – матеріально-технічна база – інформаційний працівник – інформаційні ресурси, що реалізуються в інформаційному обслуговуванні.

Слід пригадати закон «трьох ККК» – закон кумуляції комунікаційних каналів, що полягає в тому, що виниклі комунікаційні канали не відмирають, а модернізуються (збагачуються новими технічними засобами чи включаються до складу нових, більш потужних каналів).

Нова соціально-культурна ситуація породжує нові проблеми управління життєвими процесами і, перш за все, проблеми ефективного використання можливостей комунікаційної системи суспільства, а також пристосування людини до нових умов життя. Управління соціально-

комунікаційною діяльністю в розмаїтті її засобів, структур, технологій стає важливим фактором суспільного життя, а також сферою професійної діяльності в єдності розуміння її принципів, організаційних вимог і стандартів, якості вироблення комунікаційних послуг тощо.

В такій ситуації сфера соціальної взаємодії стає актуальним об'єктом наукової рефлексії. Відбувається зміна акцентів в науковому пізнанні: від матеріальних до інформаційно-когнітивних субстанцій предметів соціальної діяльності [185, 188]. Вагомості такому баченню еволюційності комунікації та становлення розвинутої предметності додають свідчення відомого теоретика комунікацій М. Маклюена. Він показує, як медіальні засоби дозволяють диференціювати та інтегрувати єдине поле людського досвіду, конституювати його межі, обирати різні ракурси просторово-часових відносин, форм і значень [262].

Прийнято розрізняти неформальну (безпосереднє спілкування) і формальну (фіксується на будь-якому матеріальному носії) комунікації. Перша має велике значення для наукових співробітників і творчих фахівців, оскільки вони мають справу зі специфічною інформацією на семінарах, конференціях, симпозіумах тощо. Матеріали таких неформальних спілкувань практично не потрапляють до широкого друку, а отже стають недоступними широким масам. Подібне спілкування дозволяє не лише отримувати корисну інформацію, але й сприяє виникненню нових ідей і встановлення шляхів реалізації нововведення. Формальна комунікація більш доступна і часто залежить від бажання та вміння фахівця своєчасно слідкувати за появою новітньої й виявленням ретроспективної інформації (інформації за попередні роки).

У соціальній пам'яті сучасної цивілізації панує документальна комунікація, де центральне місце посідають архіви, бібліотеки і музеї, які виконують роль посередника між суспільством та його документованою соціальною пам'яттю. Крім того, вони беруть участь в усній та електронній комунікації, перетворюючись на своєрідне «комунікаційне перехрестя» [401]. Автор робить висновки, що зараз існують три типи каналів матеріально-технічного забезпечення смислової соціально-комунікаційної діяльності: усні, документарні, електронні канали. Природним каналом є вербальний канал,

заснований на можливостях природної мови і одночасно з ним виник канал символічних документів. На базі вербального і символічного каналів сформувалися канали письмових і друкованих документів, які в сучасному світі доповнені каналом електронної комунікації.

У XIX і майже до середини XX століття виробнича діяльність комунікації здійснювалася за двома різними каналами: документальний (пошта, газети, журнали та книги, тобто засоби, що друкувалися на папері та фізично розповсюджувалися або зберігались у бібліотеках, архівах тощо); електротехнічний (телеграф, телефон, радіо і телебачення).

Відомо, що виробничі сили – це система суб'єктивних (людина) і речових (техніка і предмети праці) елементів, необхідних для процесу матеріального виробництва [227]. Виробничі сили, що висловлюють ставлення суспільства до природи, ступінь оволодіння нею, та виробничі (економічні) відносини, що висловлюють суспільні взаємозв'язки і взаємодію людей у процесі виробництва, породжують економічний спосіб виробництва. Виробничі відносини є економічними відносинами, що складаються між людьми безпосередньо в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ. Це положення є актуальним для соціально-комунікаційної сфери діяльності, з огляду на комерціалізацію прав власності, зокрема в сфері ЗМІ [379].

Відносини власності теж притаманні комунікаційній сфері і стають об'єктом вивчення [30; 155; 156; 379]. До соціально-комунікаційної діяльності залучаються приватні інтереси, що призвело до суттєвих змін у розподілі корпоративної влади. Класичним при цьому виявляється ставлення до засобів праці [227]. У соціально-комунікаційній підсистемі засоби комунікації виступають речовим, матеріальним компонентом комунікативного процесу і завжди є способами передачі, збереження, виробництва і розповсюдження культурних цінностей в суспільстві. Головними виробничими відносинами є, перш за все, право власності на засоби виробництва, що опосередковують розподіл, обмін і споживання. Слід додати, що, як правило, економісти розрізняють наступні форми організації суспільного господарства: натуральне, товарне, планомірно-регульоване, і всі ці форми можна співвідносити з соціально-комунікаційною сферою [123].

Засоби комунікації розділяють на два типи: 1 – що природно з'явився (мова, міміка, жести); 2 – штучно створений (технічний): а) традиційний (преса, книгодрукування, писемність); б) сучасний (радіо, телебачення, кінематограф). Їх соціокультурна трансформація змінювала інтерес та ставлення владних, фінансово-економічних еліт до системи соціальних комунікацій.

Візуальні засоби, як і вербальні, відчують на собі плин часу, що визначається технологічними когнітивно-ментальними статусно-рольовими та іншими вимогами соціальної взаємодії у відповідності до соціокультурних трансформацій.

Продуктом в усно-письмовій комунікації є повідомлення. Розрізняють наступні висловлювання: повідомлення, думка, судження, рекомендація, порада, критичне зауваження, комплімент, пропозиція, висновок, резюме, питання, відповідь [87]. Здійснення переходу від інформації до знання як головного продукту обробки в комунікаційному процесі і суспільних взаєминах, на нашу думку, буде означати утвердження комунікаційного суспільства як такого. Теоретичним завданням постає перевірка поширеної думки про те, що нового знання завжди значно менше, ніж узагальненого, про що свідчить ситуація в Інтернет-просторі. Можливості для доказу цього положення знаходяться у використанні інструментів управління інформаційними потоками [57]. Знання у процесі пізнавально-трудова діяльності передається у суспільстві. К. К. Колін стверджує, що з економічної точки зору виділяються індустріальне суспільство, постіндустріальне (надання та споживання послуг) та інформаційне суспільство [213, с. 32].

Головною ознакою виробництва в умовах інформаційного суспільства є те, що головним продуктом стає знання, а інформаційні послуги та всі галузі, пов'язані з їх виробництвом, розвиваються стрімко та набувають домінуючої ролі в економічному розвитку [123]. Інформаційне суспільство вирізняється наявністю розвинених інформаційних потреб, переважанням інформаційних процесів у сфері зайнятості населення в усіх сферах життєдіяльності.

Загальність інформаційного обслуговування пов'язана з виробництвом і наданням інформаційних послуг. В економіці послуга розглядається як особливий продукт праці [123; 273]. Відомо, що в різних соціально-комунікаційних структурах

надання послуг зумовлено цілями і місцем комунікаційної установи в єдиній комунікаційній системі суспільства.

У наш час спостерігається поєднання різних форм комунікаційної діяльності та послуг, оскільки базою їх виробництва стає єдина інформаційно-технологічна платформа, зокрема, Інтернет. В умовах мультимедійного комунікаційного простору однією з найбільш розповсюджених інформаційних продуктів стає презентація [92; 138; 325]. Можна вважати, що перетинання комунікаційних послуг стає причиною взаємного інтересу соціально-комунікаційних структур та основою інтеграційних тенденцій в комунікаційній сфері. Повідомлення з мовної форми перетворювались на електротехнічні форми, пристосовані для передачі в штучно-створених технічних каналах. Новітні інформаційно-комунікаційні технології наступного періоду стирають відмінності всіх попередніх каналів трансляції повідомлень. Споживачі інформації отримують безліч альтернативних засобів, що викликає конкуренцію між каналами комунікації, а також різні правові колізії.

Слід зазначити, що соціально-комунікаційній діяльності властивий такий елемент як предмет праці, тобто те, на що спрямовано роботу людини, яка виконує комунікаційні функції. Особливості матеріально-виробничої діяльності в комунікаційній сфері досліджували В. О. Ільганаєва та І. О. Давидова, соціально-економічні залежності комунікаційної діяльності, зокрема в бібліотечній сфері, вивчали В. М. Горовий та О. М. Кобелев [103; 209]. Частково вони стосувалися таких аспектів діяльності в комунікаційній сфері як обмін та споживання інформації та комунікаційних продуктів. Слід відзначити, що за результатами цих досліджень та стосовно інших соціально-комунікаційних підсистем (система НТІ, ЗМІ), в структурі соціально-комунікаційної діяльності представлені виробничі сили та відносини.

Згідно з розробками Г. Патті, будь-який носій інформації зупиняє рух образів та ідей в одних часових тунелях за допомогою знакових посередників, одночасно дозволяє зберігати і транслювати смисли, певні емоційні стани в інших тимчасових тунелях – каналах міжособистісних і міжкультурних комунікацій [347]. До таких феноменів переміщень з одного часового тунелю в інший, що спостерігається нами в повсякденному житті, відносять тексти, зображення, звукові

ідентифікатори мови і т.д. Вони забезпечують функціонування механізму адаптації та еволюціонування такої складної системи як людська культура за рахунок інертності семіотичних мереж медіа.

Фрагментарно питання про предмет комунікаційної діяльності вивчалось представниками журналістики, інформатики, соціології, психології, лінгвістики в різних аспектах. В даний час предмет комунікації стає одним з найважливіших об'єктів теорії соціальних комунікацій. Саме в ньому укладений основний зміст і результат здійснення акту комунікаційного впливу, спрямований на досягнення і реалізацію мети комунікації.

Теоретично питання про предмет комунікації виникло порівняно недавно – у період становлення теорії соціальних комунікацій з 70-х років ХХ століття. Основою формування уявлень про предмет комунікації було вивчення комунікаційної діяльності, де предмет комунікаційної праці почав розглядатися як одна з форм матеріально-речової або матеріально-психічної субстанціональності освоєння (опосередкування) простору буття людини, як об'єкт впливу комунікаційних технологій [176, с.]. Суттєвим внеском у формування уявлень про предмет комунікації до цього часу були психологічні дослідження інтелектуально-пізнавальної діяльності та чуттєво-емоційної активності людини в процесі спілкування (Л. Вітгенштейн, К. С. Виготський, О. М. Леонтьєв, Ж. Піаже). Слід також додати вивчення питань об'єктивації інформації в науково-інформаційних процесах, знакову природу інтелектуальної діяльності людини й образно-символічну знаковість у мистецтві. Серйозним теоретичним внеском у вивчення теми стали дослідження книжково-документальної предметності у галузі книгознавства, бібліотекознавства, документознавства, архівознавства. Остаточо питання про предметності комунікаційної взаємодії визначилося в період інформатизації, створило необхідні передумови для формування уявлень про інформацію як предмет людської праці на рівні з матеріально-речовими формами.

На наявність субстанціональності комунікації скеровують новітні розробки проблематики медіа досліджень. Досить назвати роботи [144; 197; 198; 262; 347; 385]. Зауважимо, що предметність соціально-комунікаційної діяльності можна застосовувати і для оцінки та інтерпретування властивостей

різних творчих, художніх моделей, дизайну тощо. Мистецький твір розглядається в межах інформаційного підходу як матеріалізований сигнал, що містить інформацію про внутрішній світ, емоції, думки та стан митця [325]. Іншою формою такого сигналу може бути конкретна модель, що пояснює (інтерпретує) задум митця та дозволяє йому передавати особливості та стани епохи [75]. Також, Джефрі Він наполягає на тому, що процес створення такої моделі передбачає орієнтацію на зміст, форму подання та модель поведінки. Як наслідок, ця модель виступає джерелом інформації й водночас механізмом управління та організації уваги одержувача повідомлення (слухача, глядача, читача).

В електронному просторі роль інтерпретаційної моделі часто виконують мережеві презентації. Еволюцію презентаційних форм розглядає автор роботи [138]. При вивченні особливостей та інтерпретаційних можливостей таких презентацій та створенні моделей широко використовується теорія багатобазисних уявлень, які формуються на основі інформації про явища чи об'єкти, що описуються, згідно з їх проєкцій, в різних просторах. В основі цього підходу лежить принцип ієрархії моделей дійсності, якими оперує людська свідомість [325].

Сучасні дослідження в комунікаційній сфері, що базуються на аналізі процесів її медіатизації, підтверджують положення про те, що вся сукупність засобів опису реальності спирається на системи описів об'єктів, що створюються за допомогою символів, слів, зображень, музичних композицій, формул, комп'ютерних програм і т.д. Але всі ці форми лише маскують перцептивно-сенсорні підстави комунікації. Це співпадає з думками, що були оприлюднені на початку 90-х років ХХ століття у працях Ю. П. Буданцева, В. О. Ільганаєвої, А. В. Соколова [63; 185; 188; 406], та ще раніше у працях М. Я. Бубера, Л. П. Буєва, О. О. Леонтьєва [62; 64; 243].

Інтерес до включення комунікації у простір суспільної взаємодії є об'єктивним наслідком інформатизації, зростання ролі інформаційних процесів, продуктів і можливостей в інформаційному суспільстві. Внаслідок розвитку суспільства розкрилася більша необхідність у взаємодії й досягнення порозуміння в соціумі.

Потреба у комунікаційній взаємодії пов'язана зі встановленням більш інтенсивних ефективних якісних зв'язків і

взаємодії між людьми. Ця потреба виникає не лише у виробничій сфері, але й у образно-чуттєвій.

Стимулом комунікаційної діяльності є бажання людини до свого особистого, професійно-кар'єрного, побутового добробуту і зростання. Бути успішним, сучасним, здоровим, жити у злагоді, означає бути комунікаційно-грамотним і комунікаційно-культурним.

Таким чином, суспільна практика є одним з важливих джерел пізнання феноменів соціально-комунікаційної діяльності. Остання являє собою цілеспрямовану предметно-чуттєву діяльність людей, що направлена на трансформування матеріальних систем [150]. У цілому, науковці розрізняють суспільну практику за різними ознаками: за ставленням до прогресу – творчу, конструктивну, або деструктивну; за залежністю від суб'єкта діяльності – практику окремої особистості, трудового колективу, соціального прошарку, класу, нації, народності, держави, суспільства, групи країн, світової спільноти; за змістом і призначенням – стандартизована і пошукова. Практиці властиві такі риси, як цілеспрямованість, предметна чуттєвість і мінливість, що тісно пов'язує її з пізнанням. Цей зв'язок стає найбільш очевидним у гносеологічних функціях практики – базисній, детермінуючій, критеріальній та цільовій. Базисна функція полягає у тому, що вона отримує похідну інформацію від соціально-економічної практики, потім узагальнюється та обробляється в процесі осмислення цієї інформації. Тобто, в ході такого осмислення формуються поняття, що презентують знання про загальні та специфічні риси предмету осмислення. Стає зрозумілим, що людина отримує переважну більшість знань про свою дійсність не цілком із практики, а опосередковано з інформації та знань. Опосередкована практика може бути представлена усно або в письмовому вигляді, через книги, періодику, ЗМІ, інформаційні системи та через логіку на засадах її законів.

Безумовно, практика обумовлює перехід від чуттєвого відображення об'єктів до їх раціонального відображення, від емпіричного пізнання до теоретичного, від дискурсивного до інтуїтивного, від одних методів дослідження до інших тощо. Тобто, ми можемо стверджувати, що практика є рушійною силою пізнання. В основі такого твердження лежить загальний рух пізнання від явища до сутності, від сутності одного порядку до більш глибокої сутності [191; 227; 243; 283; 290; 361].

Практика мислиться відносно пізнання як головний критерій істини. Існує і зворотній зв'язок – пізнання впливає на практику. Цю функцію можна визначити як: інформативно-відображальну, проектно-конструктивну, регулятивну. В процесі розгортання пізнавальної практики, становлення науки як фактору і виробничої сили прогресу, логічний та аксіологічний фактори набули особливого значення. Якщо логічний критерій полягає у послідовності думки, в її відповідності законам і вимогам формальної логіки, в структурі концепції або міркуваннях виявляються логічні суперечності, то це свідчить про їх помилковість. Логічний критерій використовується в науковому пізнанні, коли відсутня можливість прямого посилення на практику. Аксіологічний критерій в економічній науці застосовується виходячи з загальних світоглядних, методологічних, соціально-політичних, морально-етичних та естетичних принципів [224; 230; 326]. Ці фактори, особливо аксіологічні, в епоху системної кризи ХХ ст. і початком ХХІ с. набувають особливого значення за умов необхідності співставлення досягнень виробничо-технологічного процесу та загального стану суспільства і людини в цілому. В процесі диверсифікації комунікаційної діяльності змінювалися практика відтворення реальності, закріплення її у суспільній пам'яті, передача каналами комунікацій, засоби відображення інформації. До рівня суспільних підсистем розвивалися окремі комунікаційні структури, змінювалися пріоритети суспільства відносно продуктів комунікаційної діяльності, технологій використання комунікаційних продуктів.

Комунікаційні положення сучасної цивілізації виявляють глибинне протиріччя, приховане в основі суспільної практики, що проявляється у відсутності зв'язаності. Підставою для розвитку комунікаційних технологій, в тому числі й в художній сфері, виступає спроба приховати ці протиріччя, але вони самі виявляють себе через такі процеси: соціальна роздробленість, розпад традиційного простору спілкування, селекціонування і зміцнення умов роз'єднаності груп, деформації власного «Я». Проблеми присутності-відсутності, свідомого моделювання світу пов'язані, на думку Р. Дебора, з розмиванням кордонів між істинним і хибним [124].

Соціальна взаємодія в нових умовах вийшла на новий рівень ідеологічних та аксіологічних вимог з боку суспільства.

Комунікаційне середовище як результат інтеріоризації еволюційних форм соціальної структурності та обміну між структурними елементами соціуму має вивчатися як цілісний феномен. [419].

З метою діагностики стану соціальних явищ, наприклад, соціальної взаємодії та процесів, підготовки і реалізації рішень щодо їх розвитку або трансформації розробляється науково-прикладний напрям діяльності – соціальні технології. Але, на думку більшості дослідників, поки що не існує такого визначення технології, яке б могло повною мірою описати її. Якщо у виробничій сфері під технологіями розуміють сукупність методів, способів і прийомів трансформування матеріалів у продукт, послуги, інформацію, що майже ніхто не заперечує, то при перенесенні цієї дефініції безпосередньо у сферу вивчення соціальної практики, виникають непорозуміння, що створює перешкоди щодо вирішення багатьох проблем.

У межах досліджень технологій, зокрема соціальних, до поля зору дослідників не потрапляє питання готовності й здатності людей використовувати соціальні технології, а також проблеми впровадження теоретичних та практичних прийомів у практику людської життєдіяльності. В межах зазначеної проблемної теми здійснюється вивчення низки важливих аспектів сучасного соціального управління (антикризове управління, мотиваційна діяльність). Результати цих досліджень досі концептуально не осмислені й теоретично не опрацьовані та не систематизовані. Розгляд багатьох зазначених проблем знаходиться на стадії наукових дискусій, а деякі ще навіть не розглядалися [167, с. 82].

Орієнтація на новаторство, винахідливість, пошук дозволить людині «проштовхнутися крізь обмеження в технологіях і стереотипи власної творчості» [25]. Необхідно заново підтвердити можливість раціонального і свідомого контролю за формою цифрового майбутнього, прагнучи конструювати всеосяжний і універсальний інформаційний простір. Такий підхід дозволяє розглядати мультимедійний фактор у розвитку сучасної системи художніх комунікацій з позицій розвитку практики соціального конструювання і відродження ціннісних підвалин модерну, орієнтованого на свободу і пошук законів підтримки оптимуму. Як стверджують Р. Барбрук і Е. Камерон, прогрес точних наук і образотворчих мистецтв сприятиме відкриттю нових кордонів пізнання

реальності і сутнісної природи людини. Розкіш цифрової комунікації стане корисною і моральною, коли нею зможе насолоджуватися все світове співтовариство цілком [25].

Ретроспективну і досить розгорнуту картину трансформацій комунікаційної діяльності наводить у своїй роботі З. В. Партико [346]. І хоча він не підіймає питання історії комунікаційної діяльності, як це робить, наприклад, А. В. Соколов у відомих своїх працях, але досить чітко відслідковує рух комунікації від біопсихологічної властивості первісної людини до людини, яка розмовляє, пише, створює прилади і знаряддя щодо посилення комунікаційної діяльності. Додамо, що в XXI столітті соціально-комунікаційна діяльність постала врівень з такими формами буття людської цивілізації як пізнання і суспільна діяльність [175]. Включення діяльності до форм суспільної практики співвідноситься з інституалізацією комунікаційної діяльності, що проявляється як процес досягнення нею системного рівня організації [176]. Ступень її завершення буде визначати рівень впливу комунікаційної сфери на життєдіяльність всього суспільства. Це відбувається в наш час і є підтвердженням футурологічних припущень щодо розгортання і ролі комунікаційної діяльності у суспільстві майбутнього в роботах М. Маклюена, Ф. Ланкастера та інших, а також сучасних дослідників [261; 266; 496].

Організація комунікації й способи подання інформації створюють систему каналів, що, як правило, стають визначальним фактором в процесах становлення різних комунікаційних структур та систем. Можна сказати, що загалом, в соціально-комунікаційному знанні складається ситуація, за якої дослідники вимушені вдаватися до використання понять «предмет комунікаційної діяльності», «етапи комунікаційного процесу», «операції», «комунікаційне виробництво», «комунікаційні технології». Все це є наслідком становлення глобальної системи соціальних комунікацій. Соціально-комунікаційна діяльність має розглядатися через призму комунікативних стратегій тих, хто комунікує. Вона є цілеспрямованою діяльністю, що доповнюється різними тактиками комунікаційної поведінки через залучення різних засобів взаємодії.

У результаті становлення соціально-комунікаційної діяльності та комунікаційних функцій, що притаманні різним її видам, формується її структура, соціальний контент, цілі, форми взаємодії як комунікаційного процесу, особливості передачі та сприйняття інформації та знань в соціально-комунікаційних процесах.

Глобальний масштаб системи соціальних комунікацій додає значних складностей до вивчення цього феномену. Складність вивчення соціально-комунікаційної діяльності зумовлюється тим, що вона пронизує майже всі суспільні відносини від комунікації на особистому рівні, національному, локальному до міжнародного. Розмаїття соціально-комунікаційних відносин, як правило, відтворюється в різних класифікаціях, формах та моделях.

Концентрація уваги дослідників на комунікаційних явищах в системі координат багатоаспектного охоплення соціально-комунікаційної діяльності постає як необхідна умова розвитку суспільства. Крім того, розглядання соціально-комунікаційної діяльності в її системній цілісності відповідає як її сучасному стану, так і тенденціям розвитку. Диверсифікація соціально-комунікаційної діяльності перетворила її на складову суспільно-історичної практики людства. Соціальна комунікаційна система сьогодні вже повністю сприймається як необхідна складова життя світу, що потребує саме такого ставлення до цього факту професійних комунікаторів. Аргументом на користь цієї тези також слугують численні приклади формування різноманітних комунікативних практик та їх впливів на стан суспільства і перспективи людства.

Ми можемо констатувати, що еволюція знаково-символічних відносин доводить, що вона є однією з функцій загальної системи взаємодій у сфері ідей і джерелом віртуалізації результатів діяльності та пізнання.

Всі існуючі різновиди соціально-комунікаційної діяльності, зокрема мовленнєвої діяльності, по-різному реалізуються у комунікативних суспільних практиках (Див. Розділ 4, п. 4.1.) і входять до соціально-комунікаційної практики сучасності (Див. Розділ 5. п. 5.1.).

Комунікаційна діяльність стає об'єктом вивчення в теорії комунікацій фактично лише з моменту її інституалізації в окремих складових комунікаційної сфери суспільства – науці, бібліотекознавстві; журналістиці.

Відповідно до теоретичних положень, практика людини – це свідома, цілеспрямована дія. Практичний досвід розглядається як первинна форма засвоєння людиною оточуючого середовища, що протягом історичного розвитку людства перетворюється на систему суспільної діяльності, яка поєднує суспільну практику та її теоретичне узагальнення. Це надало змогу розглядати суспільну діяльність як більш широку категорію, ніж практика [191; 243]. Розуміння потреб, інтересів та стимулів до практичних дій спонукало людину до створення знарядь та засобів праці, а потім і технологій виконання трудових операцій та різних організаційних форм трудової діяльності. Практика є одним з важливіших та найстаріших напрямів діяльності, що має головне значення відносно інших видів діяльності [227].

РОЗДІЛ 2. ЕТАПИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВИДУ СУСПІЛЬНО-ІСТОРИЧНОЇ ПРАКТИКИ

2.1. Виникнення засобів соціально-комунікаційної діяльності (біосоціальний етап)

У першому розділі розглянуто явище соціально-комунікаційної діяльності як цілісне утворення, системна організація, наступним кроком має бути розкриття конкретно-діяльнісних форм комунікації. Історія її становлення пов'язана зі становленням самого суспільства.

Завдяки теоріям, що вивчали соціально-психологічні та індивідуально-психологічні аспекти спілкування, а саме, теорія обміну, символічний інтеракціонізм, теорія управління враженнями, психоаналітична теорія (Дж. Хоманс, Дж. Мід, Г. Блумер, З. Фрейд) взаємодія людей відносно один одного, а також відповідно ставлення до предметів оточуючого середовища, визначається значеннями, які їм надаються людиною. До цього можна віднести і незначний жест, або автоматичний рефлекс (типа блимання) і значний жест, що пов'язаний зі свідомим вчинком і намірами людини. У процесі надання значення або номінації будь-чого людина робить з цього символ. Якщо людина означає поняття дією або предметом, тоді символом стають дія або предмет. Інтерпретація символу людиною стає реакцією іншої людини у відповідь. У процесі взаємодії ця дія лежить в основі розуміння, є можливістю однаково інтерпретувати значення певних

символів. Розвиток ідей позначення поглибило тезу про те, що особистість формується в процесі взаємодії однієї людини з іншою.

У системі взаємодії визначилися дві головні системи подання і передачі повідомлення з використанням різних засобів – вербальних і невербальних. Невербальну комунікацію розглядають як первинну, оскільки еволюційно вона пов'язана з природним станом людини [12; 494; 518]. Невербальна комунікація посідає своє необхідне місце у системному розгляді засобів комунікаційної діяльності в період становлення людини як соціальної істоти, а також у процесі її подальшого соціокультурного розвитку [151].

Візуальні види передачі інформації та спілкування – це жести (сукупність значущих жестів, мімічних рухів має назву «кінесика» (від грец. рух)), міміка, пози (пантоміміка), шкірні реакції (почервоніння, збліднення, потовиділення), просторово-часова організація спілкування (система взаємного використання простору комунікантами, близькість один до одного називається проксемікою, від грец. близький), контакт очима тощо.

За даними фахівців, невербальними засобами передається близько 65% інформації. Часто, щоб дати зрозуміти людині наше ставлення до неї, ми нічого не говоримо, а тільки дивимося з певним виразом обличчя. Перевага візуальної комунікації у тому, що вона зрозуміла для більшості [87; 452].

Вербальна комунікація спілкування здійснюється за допомогою мови. Під мовою розуміється природний звуковий сигнал, тобто система фонетичних знаків, що включають два принципи: лексичний і синтаксичний. Мова є універсальним засобом комунікації, оскільки при передачі інформації за її допомогою передається сенс повідомлення. Завдяки мові здійснюється кодування і декодування інформації.

Основні ознаки знаково-символьної парадигми соціальної комунікації беруть свій початок у далекій давнині. Знак вважається матеріальним об'єктом, який щось позначає. Об'єкт позначення знаку – це його денотат. Істотна властивість будь-якого знаку полягає в тому, що він здатний замінювати кілька об'єктів або явищ, що утворюють семіотичний обсяг знака. Інша істотна властивість знака полягає в його здатності породжувати уявлення про специфіку, що замінюється знаком денотата у того, хто його використовує. Сукупність знань про денотат і

його відносини з іншими денотатами складає інформацію про нього, його концепт. Структурне поняття знаку передбачає єдність змістовного і формального його аспектів, тобто кожний знак має план змісту і план вираження. В науці виділяють декілька видів знаків: натуральні (мають природне походження – природні явища, зірки та ін.), іконічні, або подібні (мають зовнішню схожість з предметом або явищем, що вони позначають – намальовані предмети, дорожні знаки та ін.), і конвенціональні (прийняті за згодою – природні та штучні мови, ноти та ін.). Крім того, знаки можуть бути простими або складними в залежності від кількості складових елементів. Під знаковою системою розуміють безліч знаків, які відрізняються один від одного за тією чи іншою ознакою. Як відомо, в семіотиці виокремлюються три рівні вивчення знакової системи: синтаксичний, семантичний і прагматичний. Синтактика вивчає особливості побудови знаків, правила їх утворення і комбінації один з одним. Семантика досліджує значеннєвий зміст (концепти) знаків та їх комбінацій. Прагматика займається виявленням специфіки використання знаків у процесі комунікації, визначає основні правила дій адресата і адресанта в межах знакової ситуації. Важливим завданням є проектування або структурувати системи знаків таким чином, щоб зробити можливим досягнення мети в різних галузях (комунікація, інженерія, бізнес, освіта тощо).

Існує декілька етапів розвитку знаків: 1 – першими знаками були самі об'єкти – знаряддя праці; 2 – іконічні знаки (малюнки, жести); 3 – індексні знаки, засновані на причинно-наслідковому зв'язку (дим – сигнал небезпеки); 4 – символічні знаки, знаки людської мови; 5 – писемність; 6 – друк; 7 – електронні засоби передачі інформації, сучасні інформаційні технології [208].

Як відомо з філософії структуралізму, культура виступає об'єктом дослідження як сукупність знакових систем (мова, мистецтво, мода, наука тощо), які вивчаються, відображаючи первинність синхронії над діахронією. Основні принципи структурного підходу сформульовані в роботах Ф. де Соссюра, Л. Ельмслева, У. Еко та ін. [420; 467].

До ранніх концепцій появи мови належить концепція копіювання звуку чи ономотопоетична гіпотеза, яку фахівці пов'язують з діячами античності Демокритом та Платоном [203]. Сплинуло ще багато часу, доки перебільшення значення

цієї гіпотези було подолане. Суто біологічний погляд на походження мови доповнився включенням до теоретизації механізмів мовлення й асоціації з відображенням оточуючого середовища та мовними знаками.

У XVIII столітті питання мови та мовленнєвої діяльності виявилися досить важливими, з огляду на соціально-культурні умови розгортання промислової революції, зростання потреби у грамотних працівниках, розв'язання проблем соціальних домовленостей. Усна і письмова мова доповнювали одна одну, але вже формувалася тенденція превалювання письмової мови як засобу соціальної комунікації. Мову почали розглядати як свідомий винахід та витвір людей. Найбільш яскраво і послідовно ця теорія була викладена Е. Банно де Кондильяком, А. Смітом, Ж. Ж. Руссо [203]. Виникнення та існування мови людини походило від почуттів з використанням звуку голосу, а пізніше звуки ставали символами предметів, що відображались зором, слухом і доповнювалися жестами.

Дослідники здійснили аналіз розвитку мови через становлення суспільної виробничої діяльності. За їх висновком, саме праця, а потім мова вплинули на перетворення мозку мавпи на мозок людини. Розвиток людини як соціальної істоти відбувався одночасно з мовою на основі взаємовпливу і взаємозумовленості праці, мови і свідомості (мислення). Спільна діяльність була умовою породження мови. Відтоді вона набула раціональності та методичності, тобто сформувалася як мова людини. Таким чином, в науці затвердилася комплексна база трактування мови як біосоціального явища. Становлення біосоціального підходу пов'язане з іменами Виготського Л. С., Леонтєва А. А., Нормана Б. Ю., Степанова Ю. С. Якушина Б. В. [203; 412]. Спочатку XX століття наука завдяки досягненням когнітивно-психологічних закономірностей у поведінці людей затвердилася на біосоціальній природі мови. Комунікація у тварин завжди викликала підвищену увагу дослідників. Системи комунікації у тваринному світі більш первинні та примітивні порівняно з людськими і визначаються як «біологічно доцільна спільна поведінка, спрямована на адаптацію до середовища і регульована, зокрема, сигналами» (І. Горелов) [203].

Тобто, наука поставила в один ряд природну мову (жест) та соціальну (знак – слово), що у єдності створюють матерію буття людини, забезпечують форми її спільної діяльності, пізнання та інтеракційний процес в суспільстві. Поява

писемності у наступний історичний період дозволила науковцям провести певні паралелі функціонування усної та писемної мови, вивчити механізми переведення зовнішнього знаку у внутрішній, а також перетворення елементів культурного середовища до світу особистості.

Мова виконує свою комунікативну функцію за допомогою висловлювань і реалізується у мовленні. До основних функцій мови в процесі комунікації відносять: комунікативну (функція обміну інформацією); конструктивну (формулювання думок); апелятивну (вплив на адресата); емотивну (безпосередньо емоційна реакція на ситуацію); фатичну (обмін ритуальними (етикетними) формулами); метамовну (функція тлумачення), що використовується для перевірки, чи користуються співрозмовники одним і тим же кодом. Автор роботи з посиланнями на систему функцій мови Р. Якобсона, відмічає, що серед інших до неї вперше була включена нова функція мови – фатична або контактовстановлююча [208].

Виокремлюються наступні види взаємодії:

- групова інтеграція (спільна трудова діяльність, кооперація);
- конкуренція;
- конфлікт [87].

Автори роботи згадують положення Л. І. Уманського, який виділяє три можливі форми організації спільної діяльності людей:

- кожен учасник виконує свою частину спільної роботи незалежно від іншого;
- спільне завдання виконується послідовно кожним учасником;
- одночасна взаємодія кожного учасника з усіма іншими.

Ми можемо простежити зв'язок взаємовідносин учасників взаємодії, тип взаємодії (співробітництво чи суперництво) і ступінь прояву взаємодії (успішне або менш успішне співробітництво). При взаємодії здійснюється фізичний контакт, спільна організація просторового середовища та переміщення в ній, спільна групова або масова дія, вербальний і невербальний інформаційний контакт.

Наука ХХ-ХХІ століття, що займається проблемами мовного спілкування, є, як вже говорилося, наукою про мовленнєві дії, тобто дії, що здійснюються за допомогою слів (мови). Теза, відповідно якої мовна взаємодія не завжди є

спілкуванням, була неостаточною відносно видів суспільної взаємодії. На певному етапі її розвитку виникла потреба розрізнення мовної взаємодії й мовного спілкування як засобу досягнення спільності і керованим процесом цілеспрямованої передачі інформації та знання, тобто комунікації.

Проблема походження мови є однією з найбільш загадкових проблем як для лінгвістики, так і для цілої низки біологічних і соціальних наук. Прямої відповіді на це питання сучасна наука дати поки що не в змозі. Тому проблема глоттогенезу (походження мови) та антропогенезу вирішується, в основному, за допомогою гіпотез [203]. Природно, що в процесі свого становлення лінгвістична наука постійно зверталася до сфери немовних – фізичних дій для того, щоб мати можливість перевірити, наскільки мовленнєва дія може бути аналогічною фізичній. Пошук таких аналогій привів англійського науковця-логіка Джона Остіна до створення концепції, в якій він визначив слово як дію [208, с.255]. На думку Є. В. Ключєва, ця концепція переросла в теорію мовних актів і заклала основи нових поглядів на мовне спілкування.

Параметри комунікативного акту подають мову як сукупність мовленнєвих дій, оцінюються за іншими законами, ніж мова взагалі, та задають зовсім особливий тип експлуатації мови. Мається на увазі розгляд мови як системи знаків і правил, за допомогою яких відбувається кодування і декодування інформації. Головною стає проблема універсальності коду для того, хто передає інформацію, і для того, хто отримує цю інформацію, а також важливою є приналежність обох акторів до однієї національної мови [208, с.255]. Тобто, мова представляє собою знакову систему, де кожен елемент культури представлений у вигляді знака. В свою чергу, кожен знак містить два елементи: перший елемент означає (матеріальна форма знака), другий є означуваним:

- соціальне значення: предметне значення (предмет) і смислове значення (спосіб).

- особистісний сенс: переживання оцінного ставлення та оцінне ставлення.

Можна підсумувати, що включення мови до процесу суспільної взаємодії стало умовою формування її діяльнісних ознак. Досить довго в лінгвістичній науці вважалося, що акт мовної взаємодії є актом спілкування, але вже на початку ХХ століття було зроблено відкриття додаткового щодо спілкування

явища – контакту [208, с.182]. Наявність додаткового елементу пов'язано з феноменом «не спілкування», що відкрило можливість вивчати контакт як окремий структурний елемент суспільної взаємодії. На контактовстановлюючу функцію мови звертали увагу Л. Вітгенштейн та Р. Якобсон. Система поглядів Л. Вітгенштейна знайшла відображення в його теорії «мовних ігор» і стала чернеткою його теорії мовних актів, що склалася на основі лінгвістичної філософії [там же, с.196-197].

Класична риторика, особливо в її сучасних варіантах являє собою науку, що завжди була стурбована тим, щоб зміст свідомості однієї людини міг бути найкращим чином переданий іншій. Риторика втілювала в своїй структурно-функціональній частині здобутки попередніх історичних етапів становлення усної комунікації і потім вже використовувала теорію на практиці [320; 324; 417; 473; 489]. Втім, наукові досягнення риторики теж ставилися під сумнів протягом ледь не всього двадцятого століття. Між тим, саме риторика стала однією з основоположних наук для нового напрямку в лінгвістиці, який можна було б назвати теорією мовної комунікації і для якого існує ще й інша назва – теорія мовленнєвих актів. (Щоправда, тепер під теорією мовленнєвих актів частіше розуміють одну з конкретних теорій у складі сучасної науки про мову і, щоб уникнути двозначності, воліють не вживати цього словосполучення у широкому сенсі.). Теорію мовленнєвої комунікації навіть допустимо було б вважати свого роду сучасною риторикою [208, с. 7-8]. Особливості використання звуку у мовленні досліджуються у спеціальному розділі лінгвістики – фонології [485].

Носії мови нерідко виявляються безпорадними перед найпростішими мовними ситуаціями, які вимагають поведінки за особливими правилами і відповідно до визначеної комунікативної стратегії. Постійно виникають парадокси мовного спілкування; людина, яка користується материнською мовою, час від часу відчуває повну нездатність до мовної взаємодії з іншими членами свого мовного колективу. І справа не в мові – справа зазвичай в невмінні коректно нею користуватися, тобто в невмінні грамотно розмістити себе в тій чи іншій мовленнєвій ситуації [208, с. 9-10]. Р. П. Грайс, один з основоположників теорії мовленнєвих актів, так сформулював відомий парадокс спілкування: «Парадокс спілкування в тому і полягає, що можна висловитися мовою і тим не менш не бути

зрозумілим» [107, с. 9-10]. Порозуміння суб'єктів комунікаційної дії періодично виникає в площині вивчення комунікаційних явищ, але залишається все ще недостатньо системно вивченим з точки зору його розгляду у системі соціально-комунікаційної діяльності.

Включення «користувачів» в парадигму наукового мислення зумовило увагу до такого явища як мовленнєва ситуація в усіх її вимірах, а це, в свою чергу, призвело до справжньої революції в розумінні мови та спілкування мовою. Одним із «завоювань» цієї революції й є лінгвістична прагматика (з теорією мовленнєвих актів як ядром) – наука про використання мови в реальних процесах комунікації [208, с. 10]. До аналізу лінгвістично-прагматичних явищ вдається автор роботи [28].

Суб'єкт комунікації у ролі комуніката є об'єктом комунікаційного впливу і засобу досягненні своїх цілей. В такій ситуації виникають суб'єкт-об'єктні відносини, що притаманні комунікаційній діяльності в якості прямої передачі інформації. Нові умови життєдіяльності людей розглядаються як умови кіберсоціалізації, що передбачає врахування тих змін, що відбулися в життєвому просторі людини в електронну епоху [355]. Таким чином, форми комунікаційної діяльності набувають світоглядного значення. Ці положення у своїх роботах розвиває А. В. Соколов, який підкреслює, що комунікат цілеспрямовано вибирає об'єкт комунікаційного впливу і використовує його як зразок для наслідування. В такій ситуації комунікаційна діяльність здійснюється у вигляді наслідування думок, знань, зразків поведінки, культурних форм тощо. Тобто, наслідування також відповідає елементарній схемі комунікаційного процесу. Велике значення ролі наслідування або імітації надається в процесі соціалізації, оволодіння вміннями, майстерністю, особливо в творчих сферах, а також в освіті.

До аналізу мовного акту в процесі комунікації вдається Ю. Хабермас і наголошує, що мовний акт складається з двох частин: «У першій частині я роблю припущення щодо того, що я визнаю значущим у світі і про що повідомляю у висловлюванні. У своєму зазіханні я перебуваю в деякому інтерсуб'єктивному стані. Для цього служить друга частина висловлювання – іллокутивна, в якій я віддзеркалюю експресивне ставлення припустимого мною смислу» [490, с. 16]. Тим самим автор

ілюструє, як за допомогою мови суб'єкти співвідносять свої уявлення про світ і координують свої дії. В цьому дослідник бачить універсальну прагматику мови, де реалізуються не лише фонетичні, синтаксичні, семантичні особливості мовних пропозицій, але і прагматичні ознаки зовнішніх проявів висловлювання доступні раціональній реконструкції в універсальному контексті мови. Це означає, що суб'єкт володіє не лише лінгвістичною компетенцією, а й комунікативною компетенцією» [441, с. 312].

Спілкування визнано первинною формою суспільної взаємодії. Вона стала базовою з огляду на аналіз процесів формування соціальних спільнот та культурних зразків людської поведінки [64; 190; 191; 227]. Значний внесок у вивчення процесів функціонування соціальних спільнот, в основі яких розглядалося спілкування, зробила соціальна психологія та соціологія [1; 217; 410]. Спілкування є відзнакою певного рівня соціалізації людини, що вже постала на шлях підкорення природи. Це було кроком до формування нової форми суспільної взаємодії – комунікаційної, оскільки суспільна діяльність і пізнання вимагали не лише спільних дій у просторі, а і передачі отриманого досвіду у часі. Окремим об'єктом наукового вивчення соціальні комунікації стали лише у ХХ столітті. Натомість вивчення спілкування налічує більше тисячоліття і пов'язується з іменами Аристотеля та Платона, а об'єктом наукового вивчення стає в середині ХІХ століття [277; 304; 439].

На основі ґрунтовного аналізу спілкування В. П. Конецька дійшла висновку, що соціологи розглядають спілкування передусім як соціально зумовлений вид діяльності людей, лінгвісти – як актуалізацію комунікативної функції мови в різноманітних мовленнєвих ситуаціях [217]. В якості наукового терміна «спілкування» використовується в психології й позначає процес встановлення і розвитку контактів між людьми в умовах спільної діяльності з метою обміну інформацією [там же]. Механізм, який перетворює індивідуальний процес передачі і сприйняття інформації в соціально значущий процес персонального та масового впливу досі посідає ключове місце в комунікаційній проблематиці. Цей механізм закладений в мовленнєвій діяльності людей – саме в ній реалізуються соціально обумовлені норми і правила спілкування [там же]. Спілкування є вивченим видом суспільної взаємодії, до його

розгляду зверталися представники багатьох наук [176, с. 232-239]. Багатоаспектно з точки зору філософського осмислення впливу спілкування на культурний розвиток суспільства спілкування розглядається у роботі С. М. Пазиніча [340; 343]. Спілкування – це складний багатоаспектний процес встановлення і розвитку контактів між людьми, який включає в себе обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншої людини. Тобто спілкування більшістю дослідників сприймається як процес організації спільної діяльності. В цей процес входить:

- комунікативна сторона спілкування (обмін інформацією між людьми);
- інтерактивна сторона (організація взаємодії між індивідами);
- перцептивна сторона (процес сприйняття одне одного партнерами по спілкуванню і встановлення взаєморозуміння).

За реальну одиницю мовного спілкування вважається не слово чи речення, виділені згідно з лінгвістичними критеріями, а вислів. Вислів представляє собою одиницю смислу і дає можливість відповісти на його зміст. Розрізняють цілу палітру висловів від коротких реплік побутового діалогу і військових команд до наукових доповідей і багатотомних романів. [401].

Сучасний стан дослідження спілкування дозволяє здійснити його докладну типологію за різними ознаками, особливостями здійснення в різних умовах та станом учасників спілкування, з використанням різних комунікаційних каналів. Додамо, що всі представники різних наукових напрямів наводять подібні типологічні схеми, що мандрують із одного джерела до іншого, то ми обмежуємось лише посиланнями на існуючу літературу. Також, ми враховуємо лише ті засади проявів спілкування як виду соціальної взаємодії, що стосуються питань взаємопов'язаності спілкування з розвитком засобів суспільної взаємодії, технологій, масштабу та його соціокультурних залежностей. Особливості проявів спілкування в системі суспільної взаємодії простежується вже в ході аналізу еволюції комунікаційної культури суспільства (Див. Розділ 4, п. 4.1.) і в комунікативних практиках (Див. Розділ 5, п. 5.1.).

Спілкування має всі ознаки діяльності. Воно розвивається послідовно як процес, що має плин у часі, здійснюється свідомо учасниками взаємодії. Основи теорії мовленнєвої діяльності закладені в роботах Л. Виготського, О. М. Леонтьєва, О. Лурії,

О. О. Леонтьєва, Т. Ахутіна та інших. На це вказують сучасні дослідники О. М. Холод, Ф. С. Бацевич [28; 447]. Слід зазначити, що до спеціального розгляду спілкування як діяльності вдається Ф. С. Бацевич. Якщо О. М. Холод аналізує психологічні та соціолінгвістичні аспекти мовлення та мовленнєвої діяльності, то Ф. С. Бацевич зосереджується саме на діяльнісному аспекті і на основі робіт Л. Виготського чітко перелічує діяльнісні аспекти мови: мотив, мета, дія, операція [28, с. 32]. Автор зауважує, що діяльність є динамічною системою, «у межах якої постійно відбуваються трансформації: акт діяльності може втрачати мотив і перетворюватися на дію, яка реалізує іншу діяльність; і навпаки, дія може набувати самостійної спонукальної сили і стати актом діяльності; дія може трансформуватися в операцію, почати реалізовувати різноманітні типи мети» [там же, с. 32]. Все це відбивається на формуванні сфери практичного втілення комунікаційної дії в різних суспільних підсистемах на різних рівнях організації комунікаційної діяльності і отримує різні організаційно-функціональні форми реалізації (про різні комунікаційні партики див. Розділ 5, п. 5.1.). В процесі становлення соціально-комунікаційної діяльності вона набуває різних ознак, що покладаються в основу її класифікації.

У той же час деякі фахівці вважають, що мовленнєва діяльність є певною абстракцією, що не дозволяє співвідносити її повністю з іншими видами діяльності, наприклад з працею або грою, оскільки вона обслуговує кожну з них [28, с. 33]. Навпаки, ми впевнені, що мовна діяльність має всі ознаки і практику як окремий вид діяльності. Досить пригадати такі її форми як окремий жанр у концертній діяльності, діяльність спікера у парламенті, спін-доктор та інші [123; 366; 368]. І саме у спілкуванні, особливо усному, мовна діяльність виглядає як спеціальний підвид комунікаційної діяльності. Тобто мовлення і є мовною діяльністю. Спілкування теж може бути особливим типом діяльності, якщо воно є заздалегідь спланованим, мотивованим, має мету та інші діяльнісні ознаки. Досить згадати такі сфери прояву спілкування як діяльності: співбесіди при прийманні на роботу, дипломатична сфера, переговори, спілкування з читачами в процесі обслуговування та інше.

Незважаючи на значну глибину і широту вивчення мови, проблемна ситуація зберігається, тому що у сучасному світі, коли спілкування все більше віртуалізується та візуалізується

засобами мультимедіа, мова втрачає свої класичні сенс, зміст та форму. Сьогодні важливо визначитися у процесах трансформації мови в умовах становлення та функціонування системи соціальних комунікацій, перспективах збереження мови, зокрема літературної, яка складає один з основних пластів семіосфери сучасного суспільства [298].

Значне поширення одержала точка зору, що дозволяє розглядати процес формування комунікаційної мови мережі як спробу подолання друкованої традиції [61; 75]. Причиною цього є прихильність практичності тексту, наслідувальний менталітет художників, опора на традиції друкарського оформлення інформаційних повідомлень (Див. п. 2.4).

Питання взаємодії отримали значного розвитку у сучасній кібернетичній та інформаційній наукових програмах. Поняття «взаємодія» широко використовується в суспільних науках. Значний внесок у розуміння процесу взаємодії здійснили кібернетичні дослідження. Виразником постулатів кібернетики стали праці Н. Вінера [75]. Саме зв'язок, процес зв'язку як причина встановлення впливу на об'єкти, що знаходяться у певному співвідношенні, стали підґрунтям подальших досліджень технології комунікаційної дії. Важливим положенням кібернетики є положення про універсальність управлінчих властивостей зв'язку, що дозволяє поширювати теоретичні положення кібернетики на сферу комунікаційної взаємодії.

Фахівці посилаються на такі кібернетичні інтерпретації інтерактивності: процесуальне описування механізму зворотного зв'язку в живих та неживих системах; механізм адаптації системи до зовнішнього середовища, тобто обмін з середовищем, що призводить до внутрішньої взаємодії між елементами всередині самої системи; динамічна когнітивна взаємодія між знанням спостерігача та об'єктом, що спостерігається; складна мережа взаємодій як комплексна єдність; основні інтерактивні процеси на рівні ідей (знань) і суспільства (системи). Проводячи аналіз інтерпретацій інтерактивності, Д. В. Галкін зазначає, що кібернетичне уявлення про неї змінилося від суто технічного до біологічного і далі до когнітивно-соціального [90, с. 49]. Інтерактивність передбачає вітальність системи як в біологічному, так і в соціальному сенсі цього поняття [там же].

Соціальні ситуації взаємодії вивчалися також за законами драматичних творів, в яких актори створювали і підтримували бажані враження. Це дозволяло засобами театральньо-художньої драматургії створювати необхідні форми передачі суспільного уявлення про дійсність, а також відпрацьовувати мовні засоби, що притаманні мистецькій комунікації, налагоджувати комунікаційні зв'язки з глядачами. Як зазначають фахівці, театральна комунікація робить свій внесок у встановлення образно-мистецького каналу налагодження зв'язків в суспільстві, транслюючи при цьому цінності своєї епохи, що відповідають творчим сподіванням митців, а також очікуванням глядачів [244].

В соціально-комунікаційній теорії структурування суспільної взаємодії проводить В. О. Ільганаєва, чітко визначає наявність в суспільній взаємодії форм контакту, спілкування і комунікації, що виконують різні функціональні навантаження в ході формування суспільних відносин [176]. У наш час контакт часто стає об'єктом спеціального розгляду як з точки зору лінгвістики, так і комунікаційної теорії [500; 514].

Уявлення про співвідношення цих елементів дає схема, яку наводить у своїй праці Ключев С. В. [208, с. 183]; акт спілкування – контакт – фатичний акт.

Як зазначає автор, в цій схемі виявляється, що «акт спілкування» і «фатичний акт» є видами мовної діяльності і вони відрізняються. Контакт розуміється як мовна взаємодія на тонкому рівні, і контакт як мовна взаємодія поверхового типу.

Взаємодія передбачає обробку інформації в ході комунікативного акту та ряд змін, які відбуваються з комунікантами (зміна точок зору на предмет, уточнення, розширення уявлень про фрейми та багато іншого). Можна припустити, що більш точне уявлення про мовну взаємодію на глибинному рівні дає розгляд відповідної мовленнєвої ситуації з точки зору досягнення нелінгвістичної (або невербальної) мети. Ми називаємо можливість досягнення такої мети комунікативною перспективою мовленнєвого акту і характеризуємо мовленнєву взаємодію як взаємодію, що має комунікативну перспективу [208, с. 183]. Під комунікативною перспективою автор роботи [208, с. 183] розуміє можливість переходу «від слів до справи» або в ході комунікативного акту, або після його завершення. Все це має значення для розуміння

впливу соціально-комунікаційної діяльності на стан суспільства та свідомість людей (Див. Розділ 5).

У наш час, як зауважує Є. В. Ключев, фатика як явище найчастіше розглядається в якості паразитичного використання мови, коли мова працює, так би мовити, впрожне, тобто фактично не працює [208, с. 184-185]. В цьому контексті дуже влучним є посилання Л. Вітгенштейна: «...філософські проблеми виникають тоді, коли мова не діє» [78, с. 93].

Існують мовні ситуації, в яких від комунікантів потрібен лише мовний контакт – фатичні акти та мовленнєві ситуації, які передбачають спілкування – це сфера актів спілкування [208, с. 186]. Дослідники мовної взаємодії використовують категорію референт (денотат) для встановлення зв'язку між мовою та немовною реальністю. Під референтом (денотатом) розуміється те, що відповідає слову (мові) на рівні предметної немовної реальності. Референція розуміється як процес (або результат) співвіднесення слова (мови) і предмета (предметного світу), тобто, побудова зв'язку між словом і світом [там же].

Критерії типології форм мовної комунікації пропонує О. Холодович:

- засоби вираження мовленнєвого акту: звук, письмовий знак, жест (звідси розмежування усного, писемного та мімічного мовлення;
- комунікативна скерованість мовлення: на співбесідника, на себе, «у повітря»;
- безпосередність \ опосередкованість мовлення;
- орієнтованість мовленнєвого акту;
- потенціал мовленнєвого акту;
- контактність \ дистантність мовленнєвого акту, тобто виділення «безпосередніх» та опосередкованих форм спілкування [Цит. за № 28, с.70]

Розвиток соціальної взаємодії відбувався на засадах збереження інстинктивних природних механізмів існування людини в трьох аспектах: збереження виду (сексуальна поведінка, турбота про потомство тощо), збереження індивіда (задоволення голоду і спраги, пошук поживи, заготівля запасів тощо) та забезпечення більш або менш постійної безпеки (захист від поганих погодних умов, ворогів, роз'єднання з побратимами тощо).

В останньому випадку механізми поведінки забезпечують комунікацію між індивідом і видом (популяцією). Тут йдеться

про пристосування поведінки індивіда до форм поведінки інших представників виду. Пізнавальні процеси тут спрямовані на встановлення статусів оточуючих (друзі – вороги) та встановлення стереотипів поведінки.

Важливу роль в цих процесах виконує пам'ять. Вона зберігає не лише інформацію про суб'єкти взаємодії, але і моделі поведінки, реакції середовища. Завдяки пам'яті малоефективні моделі поведінкового акту скорочуються, а істотні для зміни поведінки інших комунікантів акцентуються. Поведінковий акт стає комунікативним актом, біорелевантне стає семіотичним (Ю. С. Степанов). Комунікація, таким чином, проявляється як окрема частина спільної діяльності, спрямована на регулювання самої цієї діяльності (мета-діяльність) [64; 203].

Саме тому рівень комунікативної компетентності співвідноситься з рівнем соціалізації індивіда, з рівнем прояву ним інтелекту та інших людських якостей. До цього ми повернемося у Розділі 5.

Виявлення і вивчення операцій комунікаційної дії, її оформлення в системі суспільної діяльності означає відтворення системи суспільної взаємодії як результату вільного волевиявлення людей. В якості незалежної форми соціальної взаємодії комунікацію розглядає Н. Луман [255]. Він включає комунікацію до соціальної системи взаємодії, що відтворює сама себе. Таким чином, з'являється додатковий аргумент щодо поглядів на суспільство як на комунікативну систему.

Усвідомлення потреби та формування мотиву передачі певного смислу, а також дотримання певної мети, заради якої виникає потреба в іншому суб'єкті, вважається початком комунікації. Задля досягнення своєї мети, тобто, щоб комунікація відбулася, людина повинна скласти зміст своїх думок ідей, бажаної дії в комунікаційне повідомлення. Комунікаційне повідомлення набуває форму в матеріальному просторі, де воно повинно бути закріплено в певній матеріальній формі; часі – де воно повинно мати можливості збереження, транспортування, систематизації. Подібні маніпуляції з комунікаційним повідомленням набувають форми комунікаційного процесу, елементи якого в історичному часі й просторі набувають своїх специфічних форм, способів створення та передачі, отримання та споживання інформації. Процес розвитку цих маніпуляцій, теоретичні підвалини обґрунтування різних концепцій соціальної комунікації добре

простежується у модельному ряді, що відтворює різні модифікації елементи комунікаційного процесу на різних стадіях їх існування (Див. Розділ 3.).

Слід зауважити, що невербальні засоби спілкування (як і саму комунікацію) широко вивчають в антропології, психології, соціології, інформатиці та інших науках. Невербальна комунікація має різні прояви, наприклад, мова тіла (міміка, жести), індивідуальні особливості голосу (інтонація, тембр), фізичні характеристики (форма та розмір тіла), дотики, просторове розміщення, час, одяг та прикраси, передача інформації через кольори, музику, їжу тощо [119, с. 33-35]. В теорії соціальних комунікацій ці засоби також розглядаються на певному рівні теоретизації, який належить до прикладних аспектів або використовується при розгляді еволюційних аспектів розвитку комунікації в суспільстві [183; 448].

Збільшення кількості засобів розширює і сферу комунікації. Всі форми і засоби комунікації є, так би мовити, «продовженням людського тіла», доповнюючи і підсилюючи недостатні функції, особливо зору і слуху (гучномовці та засоби передачі звуку підсилюють неголосний голос, матеріалізовані засоби як магнітна стрічка скорочують відстань між комунікантами або навіть дозволяють здійснювати комунікацію через тимчасові пласти).

Засоби комунікації можуть бути використані як умисно, так і ненавмисно. Невербальні сигнали (міміка) дуже часто інформують одержувача без особливого бажання на те відправника повідомлення. Сторонній слухач також можуть бути мимовільним одержувачем усного мовленнєвого повідомлення. Мовні перетворення пов'язані з заміною коду, познаковим «перекладом» (наприклад, усної мови в писемну, азбуку Морзе тощо) і роблять можливою комунікацію в тих випадках, коли вона ускладнена обставинами (наприклад, час та відстань). Символічні системи (прапорці-сигнали на флоті, семафор і світлофор, горн в армійському комунікативному середовищі тощо) перекладають можливе вербальне повідомлення не познаково, а глобально, цілком. Але в невербальній комунікації повідомленням може бути зображення (дорожній знак повороту або фотографія зустрічі політичних лідерів), фізичний предмет (квітка на вікні явочної квартири як повідомлення про провал або архітектурна споруда як повідомлення про його призначення, подарунок як знак

вдячності або чорна мітка як знак вироку). Повідомленнями можна також визнати вчинки (наприклад, знакові вчинки політичних діячів або кроки фірми щодо просування товару).

Повідомлення складаються зі знаків різного роду (словесних і невербальних), вивченням яких займається семіотика або семіологія (наука про знаки). Знаки утворюють знакову систему, код або мову (вербальна мова, мова жестів, культурний код, азбука Морзе, мови програмування тощо).

У літературі з комунікативістики немає однозначного трактування поняття «код». Багато авторів (Р. Бландел, А. Б. Звіринців, В. Г. Корольке, А. П. Панфілова та ін.) розуміють коди в найширшому плані – як будь-яку форму подання інформації (ідеї, повідомлення) або як набір однозначних правил, за допомогою яких повідомлення може подаватися в тій чи іншій формі. Людська мова при такому розумінні також являє собою один з кодів. Це означає, що в результаті кодування повідомлення перетворюється в послідовність вимовлених слів.

Зустрічається також таке технічне розуміння терміну «код», що склалося в технічних науках під впливом математичної теорії зв'язку та використанням технічних засобів зв'язку [338, с. 141].

В сучасних публікаціях все частіше комунікативний акт також аналізується за внесками обох партнерів мовної взаємодії з урахуванням сукупності екстралінгвістичних факторів [208, с. 5]. Комунікація здійснюється різними засобами, найголовнішим серед них є мовні. Учасники комунікаційної взаємодії впливають один на одного виходячи з різних інтересів, бажань, цілей. Це породжує прагматичні аспекти спілкування та комунікації [28, с. 105].

Людина вийшла з природи завдяки розвитку систем мислення та мовленнєвої діяльності, створила штучні засоби встановлення контактів, формування спілкування як особливих типів людської діяльності поряд з трудовою та когнітивною діяльністю, що склали базисні форми життєдіяльності людини та становлення людської цивілізації.

Елементи комунікаційної діяльності виникли вже у стародавніх суспільствах і втілювалися, як правило, в ритуалах, обрядах та богослужіннях, створенні різних статутів, положень та регламентації способу життя соціальних груп, а також у ворожіннях, перших професійних відборах воїнів і жерців, при

комплектуванні управлінського апарату й інших структур суспільного життя [419, с. 51].

Сучасні системи художніх комунікацій, як й інші структури соціальної реальності, зазнають радикальних змін під впливом технологічних інновацій цифрової цивілізації. Принциповою відмінністю символічного подання інформації в глобальному комунікаційному просторі виступає динамізм обміну образами і зміна матеріальної основи процесів передачі художньої інформації. Зміна способів, за допомогою яких люди спілкуються між собою і намагаються пізнати світ, накладає свій відбиток на формування комунікаційного базису художньої реальності. Реалізуючи потребу в новій символіці, сучасне мистецтво відображає процеси, що відбуваються в духовній глибині суспільної свідомості [325].

Перформансна комунікація ґрунтується на ритуалах та несе в собі символічно висловлені комунікативні повідомлення, що як би відроджують старі ритуальні зразки поведінки. Перформансна комунікація характеризується театральністю зі своїми правилами і ролями. Під її впливом відбуваються не тільки культурні, а й політичні заходи. В межах зв'язків з громадськістю, наприклад, ритуали перетворюються на таке явище як презентації [190; 342; 366; 391; 445].

Образотворчі комунікаційні засоби вважаються первинними формами у комунікаційних відносинах, у сучасній комунікаційній проблематиці вивчення художньої культури посідає одне з провідних місць у засвоєнні нового комунікаційного простору. У другій половині ХХ століття поширилося використання терміну «комунікативна функція». Цей термін стосувався багатьох галузей художньої культури. Зокрема у розвиток поняття комунікативної функції в музикознавстві та музичній естетиці значний внесок зробили В. В. Медушевський, Л. А. Мазель, Є. В. Назайкінський, Б. В. Асаф'єв.

Особливу увагу, згідно робіт Л. П. Воеводіної, дослідники приділяли семантичній спрямованості еволюції музичних форм. Було чітко визначено такі складові елементи музичної комунікації як розпізнання, запам'ятовування, порівняння, вивчення збігів та розбіжностей.

Аналіз комунікаційно-діяльнісних явищ в музикознавстві здійснюється з точки зору формування принципів художнього впливу музичної мови на формування музичної свідомості

слухачів. У музичній комунікаційній взаємодії через музику відтворюється інтонаційно-мовний досвід пластики руху, і таким чином передається світ людських почуттів та хвилювань, характерів, суспільних відносин. При певній підготовці або при володінні мовою музичного твору, за свідченням фахівців, підключається права півкуля мозку, в основі функціонування якої лежить абстрактно-логічне мислення. Інтонаційна складова мови пов'язана з лівою півкулею, що відповідає за конкретно-чуттєве мислення. Таке ставлення до розгляду процесу використання музичної мови і музичної свідомості повністю співпадає з сучасними психологічними та психофізичними підходами до семіотичних досліджень інформаційно-комунікаційних процесів, що відбуваються в електронному мережевому середовищі. Порушення балансу між відображенням інформаційного ресурсу як результату абстрактно-логічного мислення і можливостями подання та сприйняття інформації через конкретно-чуттєві механізми пояснюється як наслідок викривлення сучасного комунікаційного простору. В останні роки це складає новий напрям семантико-комунікаційних досліджень в теорії комунікації. Зазначається, що при нормальних умовах комунікація може відбуватися з найбільшим ефектом при певній організації інформаційного ресурсу в мережі та його сприйняттям як певної цілісності, що відповідає цілісній картині всесвіту [57; 249; 350; 392]. Головною проблемою при цьому лишається інтерпретація змістовного (сислового) і формального (знаково-символьного засобів комунікації). Двоїстість процесу сприйняття та обробки інформації розвинута у ході створення інформаційних систем штучного інтелекту, а також у втіленні проектів мультимедійних форм художньої комунікації, зокрема презентаційних.

У процесах сприйняття реальності, що мають комунікаційну природу, особливе значення має звукова комунікація, яка, нажаль, довгий час не розглядалася з точки зору існування загальної системи соціально-комунікаційної взаємодії. Але з середини ХХ століття, під впливом поширення комунікаційних зв'язків у суспільстві, почали з'являтися роботи, що розглядали комунікаційні властивості музики як одного зі звукових каналів передачі інформації, що має соціальне та культурне навантаження, а також впливає на свідомість людей, їх поведінку. Крім естетичного значення

музичної комунікації, саме останні моменти відіграли головну роль у дослідженнях музикальної комунікації. Особливим аспектом досліджень музичної комунікації були інтерпретаційні моменти у відносинах в процесі музичної комунікації. Такі ж питання постають і під час аналізу художнього тексту як явища іншої форми соціальної комунікації – писемної [44; 45].

Ідея подвійності форми пронизує різні рівні організації музичного твору – як конкретного художнього явища, так і на рівні організації музичної мови, музичних жанрів і стилів, порізнному виявляючись у них [18; 81; 99; 117; 258; 269; 472]. У межах музичної мови розглядаються звукові елементи, як висота і тривалість звуку, з усіма його теситурними нюансами і вібраційними відтінками. Уявлення про типи музичних форм (сонатна, варіаційна тощо) і одночасно про види музичної драматургії (хвильова, конфліктна), про конструктивно-аналітичні типи фактури (імітаційна поліфонія, гетерофонія тощо) та її інтонаційно-виразні різновиди (скерцозна фактура, колористична, конфліктна) розглядаються у роботі [117].

Автор роботи [81] узагальнює розвиток комунікативної функції музики і визначає наступне: внутрішні закони музичної форми визначаються не лише завданнями осягнення дійсності, але й її спрямованістю на художнє спілкування (властивості сприйняття та умови комунікації). У структурі музичного твору зафіксовані всі сторони художнього спілкування: умови, спрямованість, цілі комунікації, закони та властивості сприйняття. Комунікативна функція музичних творів служить засобом художнього спілкування. У більш вузькому розумінні комунікативна функція являє собою спрямований вплив музичної структури на процес і результат її сприйняття, створює благодатну основу для активного засвоєння слухачем музичного змісту у відповідності з умовами та цілями комунікації. Дія комунікативної функції забезпечується розвиненою системою художніх засобів. Формальні конструкції музичного твору виконують функцію схематичного плану щодо створення розгорнутої образно-емоційної (образно-сислової) форми.

Варіантом розвитку традиції екранних мистецтв є мистецтво мережевих презентацій як важливий чинник модернізації та розвитку кінотехнологій [112; 358]. «Театр і кіно актуалізували процес спостереження, вони зробили для людини спостережуваним якийсь світ», що може бути багаторазово інтерпретований [244]. Нургалєєва Л. В. [325] підкреслює

важливість мережевих форм подання інформації. Початок проявів цього процесу вона відносить на кінець XIX початок XX століття, посилаючись при цьому на роботу С. Данієля [там же]. Дослідниця доводить це на прикладах творчості А. Матісса та П. Пікассо, які прагнули у малюнку передати ритміко-пластичну єдність зображення і дозволили перейти до відтворення природного динамізму своєї форми [там же]. Протягом XX століття ці тенденції набули силу через розвиток анімаційного мистецтва, а також презентаційних технологій, що поширилися на початку XXI століття. Фактично, художня традиція повернулася до пластичних властивостей природної форми, які можна також розглядати як повернення до мови образів.

На гребені нової інтерпретаційної хвилі знову набувають значимість корінні питання про становище та призначення людства і людини у світі, що розвивається, про межі творчої свободи митця, про співвідношення реального та ірреального в різних системах ідентифікації, про статуси динамічної й статичної форми в організації художнього простору, про комунікаційний потенціал мистецтва, просторово-часове моделювання картин світу, про особливості художнього мислення як практики пізнання світу і узгодження ціннісних пріоритетів у системах соціальної комунікації. Вони, в свою чергу, тісно пов'язані зі змінами людської свідомості та світосприйняття, викликаними розвитком уявлень про просторово-часову природу взаємодії у світі.

З комбінаторних поєднань біостимулюючих, пошукових, ментальних, суб'єкто-змінних, ноонаукових образів формується художня реальність з новими динамічними параметрами і просторово-часовими характеристиками [134, с. 20]. В інформаційному суспільстві цей процес набуває характеру розгорнутого експерименту з віртуальністю, який орієнтований на формування нового досвіду сприйнятливості та ідентичності. Розширення засобів зображувальності перетворюється в дослідження природи віртуального. Віртуальність стає не просто способом символізації, а засобом доступу до реального.

Соціокультурними контекстами мережевих спільнот результативно займається соціологія віртуальних мережевих спільнот. Предметом нової дисципліни, як його трактує С. В. Бондаренко, є вивчення символічних інтеракцій, здійснюваних авторами в кіберпросторі як форм соціальної дії [51, с. 7]. Цей дослідницький напрям формує завдання, до яких належать:

аналіз форм вияву соціальних законів, що впливають на поведінку учасників віртуальної взаємодії, виявлення взаємозв'язку технологічного і соціального аспектів функціонування соціуму в кіберпросторі [326]. Утворення нового медійного простору знов повертає дослідників до джерел виникнення соціальної комунікації. Ми маємо на увазі її знаково-символьний засіб, але все це вже відбувається в умовах нових інтерпретаційних практик з огляду на умови відображення світу у мультисенсорному середовищі.

Щодо дослідження особливостей розвитку сучасної системи соціальних зв'язків залишаються актуальними кілька основних підходів до визначення функцій знаково-символьного обміну у суспільстві:

- забезпечує здатність розширення кордонів реальності для людської свідомості;
- є процесом, що забезпечує формування орієнтаційних і ціннісних уявлень людини;
- виступає первинною рефлексивною формою, що підтримує структуру асоціативних полів свідомості;
- забезпечує розвиток форм просторово-часових відносин;
- має інваріантність [326].

Як зазначає П. Бурдє, сприйняття соціального світу виникає в результаті подвійного структурування: на об'єктивному рівні воно соціально структуроване, на суб'єктивному рівні саме сприйняття соціального світу структуроване через переломлення до різних моделей сприйняття й оцінки [68]. Цей процес забезпечує різноманітність способів і форм групової кооперації, на основі яких соціальний простір функціонує як символічна реальність життєвих стилів і статусних груп.

Дослідники підіймають питання щодо існування історичної закономірності, яка полягає у зміні провідного типу комунікації. Нові комунікаційні можливості призводять до революційних змін у системі соціального обміну і зв'язків, що вже проявляються як на локальному, так і на глобальному рівнях. З розвитком мережевих відносин вже не так важливо, яким інформаційним ресурсом розпоряджається людство. Значення набуває те, наскільки ефективно суспільство використовує інформацію та знання задля свого стабільного та рівноважного розвитку [100; 175; 196; 213; 392; 431; 432; 442; 443]. Дослідження самого феномена інформаційної взаємодії як

універсального явища дозволило розглядати сучасне суспільство не лише як результат технологічного прориву в простір гнучких комунікаційних відносин, що об'єднали різні системи господарювання, науку, освіту, культуру в єдине інформаційне середовище, але і як один з підсумків розвитку системи причинних зв'язків у суспільстві.

Маршал Маклюен підкреслює, що саме технічним засобам комунікації належить революційна роль в історії цивілізації, оскільки, саме вони через створення мови спілкування (алфавіт, друк, преса, радіо, кіно, телебачення тощо) формують характер передачі інформації й сприйняття світу. Сучасні електронні ЗМІ на новому рівні змінюють емоційну форму сприйняття світу, яка була властива первісній усній культури спілкування і потім витіснена друкованими засобами комунікації [262]. Дослідник вважає, що технічні засоби зв'язку мають структуруючий характер передачі інформації, впливають не лише на її форму, але і на зміст, підпорядковуючи її тим чи іншим типам кодифікації реальності. Так, друковані засоби створюють лінійний принцип кодифікації і сприйняття світу, а електронні медіа (антипод друкованих) обумовлюють мозаїчний принцип сприйняття світу, заснований на візуальній образності. За М. Маклюеном засіб передачі повідомлення вже являє собою саме повідомлення. Таким чином, на його думку, для комунікаційної взаємодії особливе значення має не стільки зміст повідомлення, скільки те, яким чином воно передається, який засіб для цього використовується. На наш погляд, ці думки є наслідком впливу процесів комп'ютерної революції та широкого розповсюдження електронних засобів комунікацій. Вже за короткий час з'явилося розуміння того, що зміст має значення. Зростання обсягів інформації в електронних комунікаційних каналах, інформаційних базах даних та інформаційних системах, доступність інформації через глобальні мережі, а також і те, що до процесів комунікації залучилося майже все населення Землі, питання змісту і розуміння набули нового сенсу.

У ході історичного суспільного розвитку традиціоналістські соціальні технології не зникають безслідно. Вони постійно модернізуються та вдосконалюються, набуваючи іншого змісту, але, що дуже важливо, вже не домінують і не посідають головне місце в соціально-технологічному укладі

суспільства. Сучасні ж соціальні технології або модерністські, орієнтовані на інноваційний вектор суспільного розвитку, посідають домінуючі позиції в соціально-технологічному укладі сучасного суспільства [419, с. 58].

Останнім часом бурхливо розвиваються техніко-технологічна й особливо інформаційна сфери, але відносно повільно відбувається моральне і правове вдосконалення людства. З точки зору моралі і духовності, сучасне суспільство багато в чому виявилось невідповідним до гуманного використання досягнень науки і технічного прогресу, тому виникає безліч глобальних і особливо екологічних проблем, які підштовхують розвиток і практичне використання антикризових соціальних технологій [419, с. 66].

Система соціально-комунікаційної діяльності протягом її історико-генетичного розвитку і диверсифікації на основі становлення функціональної структури суспільної взаємодії з досягнення інституалізаційного стану соціально-комунікаційної системи містить у собі великий гуманістично-духовний потенціал у розв'язанні сучасних проблем людства.

Розвиток суспільної взаємодії на початковому етапі формувався на основі інтонаційно-сміслового засобу комунікаційної взаємодії як потенційної передоснови комунікації, а потім знаково-символьних засобів взаємодії як основи розгортання соціальних форм суспільної взаємодії.

Отже, ми дотримуємося точки зору, формулювання якої належить А. В. Соколову, – усна комунікація для передачі сенсу використовує природні вербальні й невербальні канали, посилені, за необхідності, технічними засобами. Документальні канали користуються штучно створеними (вручну або за допомогою машин) матеріальними об'єктами, включаючи зображення, тексти, звукозаписи. Поява нового роду соціальної комунікації реалізує інші засоби відтворення комунікаційного процесу [401]. Перший етап становлення соціально-комунікаційної діяльності можна вважати біосоціальним, який характеризується виникненням штучних засобів соціальної взаємодії, до яких належить мова. Мова зумовила початок формування вербальної комунікації, доповнила і розвинула природні засоби, що були і є притаманні людині як біологічному виду.

Передача інформації в соціальній взаємодії визначається метою комунікації, наявністю каналів комунікації, знакової

системи. Крім того, в процесі розвитку соціальних взаємин виникають різні жанрові форми мови як усної, так і писемної. Стандартизація мови комунікації здійснюється виходячи зі стандартів стилю, механізму передачі інформації. Для передачі змістовної інформації обираються вербальні й невербальні засоби. В основі розвитку комунікаційних процесів лежить реалізація різних функцій комунікації: апелятивної, спонукальної, регулюючої, волевиявлення, ритуальної, перформативної, самопрезентації. Комунікативні норми та правила передачі інформації виникають у відповідності до можливостей каналів комунікації, що мають свої особливі параметри. В системі соціальних комунікацій зберігається ситуація взаємодоповнення вербальних комунікаційних засобів образотворчими: фотографія, карикатура, графіка, схеми, малюнки тощо).

Слід погодитися з В. Б. Кашкіним, що ще на долюдській стадії комунікація проявляє свої основні риси: інтерсуб'єктність; діяльнісний характер; можна сказати, що комунікантами не народжуються, комунікації навчаються, хоча є і певні біологічні, природні передумови навчання комунікативній діяльності [203]. Комунікаційні навички є одним з факторів соціалізації людини, вони засвоюються через набуття досвіду взаємодії з іншими людьми, передаються з покоління у покоління, є необхідними у процесі інтеграції людини до суспільного життя. Основою формування комунікаційних навичок є засоби, за допомогою яких люди вступають у контакти, спілкуються або передають суспільно значущу інформацію.

Невербальна комунікація є первинною формою суспільної взаємодії. Вона створює умови для зростання потреби у виникненні нових засобів соціальної взаємодії у відповідності до завдань передачі суспільного досвіду та наслідування соціальної інформації. Малюнок первісної людини відкриває собою нову епоху комунікаційного експерименту – епоху вербальної комунікації в її усній та письмовій формі, а згодом втілюється у екранних зразках комунікації. Розвиток засобів комунікації поширює можливості людини з відображення світу, збагачує процес презентування й сприйняття інформації про зовнішню реальність і соціокультурний досвід людини та суспільства в цілому. Таким чином, виникає особлива форма конструювання стосунків зі світом, де динаміка зовнішнього

досвіду домінує над досвідом внутрішнього розвитку людської спільноти. Цей процес починає включати механізми витіснення природних засобів комунікації штучними, що створюються людиною у процесі її матеріальної та духовної діяльності. В цьому процесі розвивається сфера соціальної комунікаційної діяльності, що опосередковує стосунки людей завдяки доланню обмеженості природних механізмів комунікаційної взаємодії. Мова є надпотужним засобом комунікаційного розвитку суспільства.

2.2. Дописемна комунікація (образотворча комунікація, усна)

Усна комунікація є первинною формою мовної суспільної практики, що знайшло теоретичне відображення у риторичі. Тут отримує розвиток мовний знак як вираз, вислів, що подає та інтерпретує сприйняту дійсність. Вивчення ролі мовленнєвої форми повідомлення виявляє її паралельне функціонування з невербальним способом комунікації.

Особливого значення усна форма комунікаційної дії набула в умовах становлення масових комунікацій. Масова аудиторія вимагає спеціальних знань щодо формування усних текстів, використання прийомів утримання уваги слухачів, збереження певного темпоритму донесення інформації до масової аудиторії, а також досягнення необхідного ефекту.

Словесні знаки, що мають вербальну природу, реалізують основні комунікативні функції: номінативно-диференціюючу; емотивно-експресивну; прагматичну [217, с. 102]. Знаково-символьні засоби комунікації розвинулися в усній комунікації й супроводжувалися появою сукупності висловлювань, що набували форми усного тексту. Усні тексти в давні часи реалізувалися в усній народній творчості, потім широко використовувались у радіомовленні. Поява писемності надала можливості фіксувати повідомлення на різних носіях, які мають властивості зберігання, копіювання (тиражування), передачі (поширення). Поява письмових повідомлень зумовила розвиток документальної комунікації. Письмовий текст розширив можливості соціальної пам'яті соціуму. Система письма, включаючи норми, правила, складає необхідні підстави відтворення усного та писемного мовлення.

Мова відіграє важливу базисну роль у системі соціальних комунікацій. Вона є універсальним інструментом спілкування, а

також виступає засобом пізнання та мислення, як це було з'ясовано у попередньому параграфі. Завдяки своїм властивостям мова та її використання задля налагодження стосунків у суспільстві розгорнулася в потужний інструмент соціалізації й формування суспільних систем. В теорії соціальних комунікацій мова посідає ключове місце як один зі засобів передачі інформації та знань, впливу на стан свідомості комунікантів. Протягом розвитку людства й сама мова розвивалася і трансформувалася. Слід зазначити, що разом з нею розвивалися науки, що залучали мову до предмету свого вивчення, а також виникали сфери професійної діяльності, у яких мова ставала предметом праці. Визначені головні підгрупи вивчення мови, що пов'язані з соціальними аспектами спілкування, комунікації, мовної діяльності [52, с. 20-21].

На базі мови виникали різні комунікаційні канали передачі інформації, які сьогодні набули форму соціально-комунікаційної системи людства [184; 217; 405]. Основу комунікативних каналів складають вербальні – спілкування за допомогою слів та невербальні – передача інформації за допомогою різних несловесних символів та знаків. Додамо, що кожна з наук підсистемного відносно теорії соціальної комунікації рівня розглядає мову відповідно до своїх завдань та проблематики, що дає змогу побачити зв'язки між науками та їх зведення до об'єднання в єдиному розумінні та визначенні спільного предмету. В цьому напрямі теорія соціальних комунікацій зробила великий крок як метанаука, тому що розглядає комунікацію та її прояві в комплексі на основі інтеграційного підходу до явищ і фактів комунікаційної сфери суспільства [176, с. 202-207; с. 334-343].

Аналіз складових мовної комунікації дає підстави для визначення декількох актуальних напрямів розвитку мовної комунікації, що пов'язані з теорією масової комунікації, соціально-лінгвістичним та психологічним аналізом соціальних комунікацій, а також з інформаційно-когнітивним рівнем функціонування сучасних соціальних комунікацій. Мова лишається важливим напрямом досліджень в соціально-комунікаційній науці, перш за все, в межах теорії масової комунікацій, де мова є одним з найефективніших засобів впливу на людину та суспільство [204; 379; 364], а також предметом праці професіоналів масового спілкування [379]. Крім того,

мова доповнюється візуальними засобами в просторі мультимедіа впливу на свідомість людини [364].

Потятиник Б. В. у своїй праці наголошує на важливості стилю подання інформації через мовні засоби, де важливу роль відіграють мета та ідеологія, які передають засобами масової комунікації [364, с. 94-95]. В цьому вбачається важливість професійного володіння мистецтвом мови, що дає змогу згідно з метою обрати правильні засоби подання інформації, стиль, форму та зміст повідомлення, а також виділити групу реципієнтів і певний час для передачі інформації та досягнення максимального ефекту [379, с. 101-103]. Слід нагадати, що мова у процесі свого розвитку як засобу комунікації набувала ознак предмету комунікаційної діяльності для людей, які ставали професійними комунікаторами.

Науковці звертають увагу на необхідність розглядання мови та мовлення як окремих понять [30, с. 20-24; 379, с. 102]. У своїй книзі В. М. Бебик пише, що мова – це блок соціальної пам'яті, а мовлення є результатом мислення за допомогою мови та зберігається в індивідуальній пам'яті і використовується у процесі комунікації [30, с. 20]. Також він наголошує, що не сама мова, а у комбінації з мовленням виконують комунікаційну, мислительну та прикладну функції і тому стають засобами та предметами мислення [там же]. Цей маскомунікаційний дискурс також знаходить відображення в соціології та теорії соціальних комунікацій [217; 405]. Виходячи з актуальних питань дослідження мови в соціально-комунікаційній теорії, ми маємо зосередитися на тих, що стосуються діяльнісних ознак мови, а саме засобів комунікації. Важливим є поділяти мову в її усній та писемній формі, що є необхідним з погляду її діяльнісного аналізу, характеристики елементів відносно учасників комунікаційної дії.

Актуальним напрямом досліджень в теорії соціальних комунікацій є соціо- та психолінгвістичний напрям, що подано в роботі О. М. Холода [447]. Він наголошує, що важливими є не лише умови розвитку мови, але також мета та ситуації, в яких використовують мову, де під «мовною ситуацією» розуміється сукупність форм існування мови, що супроводжує спілкування в етнічній спільності або адміністративно-територіальному об'єднанні [447]. З огляду на таке розділення можна говорити і про розвиток та трансформацію мови на цих рівнях, кінцевою метою яких є порозуміння учасників комунікації.

Мовні аспекти мають великий потенціал в межах дослідження і практики здійснення міжкультурної комунікації. В умовах полімовного простору сучасних медіа, зокрема Інтернету, проблема спілкування представників різних народів є актуальною і визначається в прикладних аспектах, таких як переклад інформації, що циркулює каналами комунікації, доступ до світових інформаційних баз, використання універсальних та національних символів. Ці аспекти набули актуальності в культурології й визначають окремий культурологічний дискурс, в якому найважливішими є фактори становлення глобальної культури [211; 248]. В міжкультурній комунікації задля досягнення максимального рівня розуміння представниками різних культур один одного велику роль відіграють невербальні засоби комунікації або артефакти. Також підіймається питання культури комунікації з формуванням загальних засад комунікаційної культури в суспільстві.

У культурологічному дискурсі дослідників приваблює форма взаємодії: діалогова чи монологічна. Представники різних теорій в межах соціальних комунікацій актуалізують проблему діалогічності в соціальній взаємодії [211; 405].

У період становлення інформаційного суспільства з середини 40-х-50-х років ХХ століття певного значення набуває когнітивний дискурс розглядання процесів комунікаційної взаємодії в суспільстві. Він пов'язаний з використанням інформаційних систем на базі інформаційно-комунікаційних технологій, інтелектуалізацію інформаційного простору. Цей дискурс почав формуватися в межах інформатики і залучив до використання мовні засоби подання та передачі інформації [180]. Виникає цілий напрям комунікаційної діяльності, що був пов'язаний з розробкою штучних мов щодо забезпечення процесів автоматизації пошуку інформації, її подання в інформаційних системах, відображення інформаційних запитів споживачів інформаційних продуктів та послуг [183]. Крім того, в цьому дискурсі мова залучена до процесів класифікації та консолідації інформації в інформаційних системах, створення пошукових зразків інформаційних потреб користувачів. Інформатиці належить також розвиток штучних мов, зокрема класифікаційної мови, інформаційно-пошукової мови та інше. Використання мовних засобів розвивалося в програмах систем штучного інтелекту та експертних системах, що було початком когнітивної складової в системі соціальних комунікацій. Крім

інформатики, це розвивалося і в межах бібліотекознавства, зокрема, в аспекті бібліотечної когнітології [183], бібліографознавстві [461].

У порівнянні представлених мовних дискурсів, що отримали значний розвиток, виявляються певні точки збігу відносно використання мови, її форм та наповнення. Але, крім загально позитивного процесу розвитку мови та уявлень про неї, існують певні побоювання стосовно її використання та процесів викривлення мовних повідомлень в каналах мовної комунікації. Це стосується як традиційних документальних комунікацій, так і мережевих комунікацій. Відносно каналу художньої комунікації такі побоювання висловлює О. Л. Біличенко в своїй монографії «Художня література в інформаційно-комунікаційному просторі сучасності» [45], а також науковці, що досліджують комунікаційні стратегії подання інформації (тексту) [421]. Інформація в каналах комунікації стає також знаряддям в організації «інформаційних війн», що впливають на стабільність суспільного життя і свідомість людей [365]. Слід додати про розвиток мови в технологіях сучасного кіномистецтва, музики в просторі Інтернет-мережі (Див. п. 2. 1.).

Також слід зазначити, що в умовах інформатизації в просторі мови, з точки зору лінгвістів, мовознавців та літературознавців, спостерігаються негативні прояви трансформування мови як на етнічному, так і на транснаціональному рівнях. До цих явищ можна віднести формування Інтернет-сленгу, перенос мережевих скорочень до повсякденної мови, використання професійного сленгу, що можна назвати «мемізацією» мови.

Існує класичне уявлення про мову як знакову систему, де її одиниці та зв'язки між ними створюють впорядковану систему (можна розглядати систему української, англійської та інших мов). До цих одиниць віднесено звуки, морфеми, слова, словосполучення, речення, що у цій структурі відповідають різним рівням мови – звуковому, морфологічному, синтаксичному та семантичному [52]. Мовні знакові системи розглядаються як безперервний ряд явищ об'єктивної реальності, що складаються у елементи соціальної пам'яті та комунікаційної єдності людства [175], але це є вже іншим аспектом розглядання мови в системі соціальних комунікацій.

Першою практикою у сфері суспільної взаємодії, що отримала діяльнісну реалізацію, є риторика [469]. Усна мовна

практика набула правил, норм, і використовувала мову як інструмент впливу на людей за допомогою не лише самої мови, а й мистецького володіння нею [52, с. 9-18; 215]. Сьогодні риторика є одним з розділів філології, а її предмет, тобто мова, пов'язує її з іншими філологічними та соціальними науками – лінгвістикою, мовознавством, літературознавством, філософією, психологією, соціологією.

Відносно мовної комунікації на сьогодні склалася певна єдність поглядів. До неї включають наступні елементи за схемою: адресат – контакт – референт – код – адресат. Зазвичай структура комунікативного акту діє наступним чином: адресант вступає в контакт з адресатом з приводу певного референта, використовуючи певний код [208, с. 13]. На нашу думку, автор вдається до ретельного аналізу значення різниці між поняттями «мовленнєвий акт» і «комунікативний акт». У першому він акцентує увагу на дії, у другому – на взаємодії. З нашої точки зору, вони можуть розглядатися як необхідні елементи комунікаційної діяльності з використанням мови, що слідує один за одним, оскільки без першого немає другого. В цьому і полягає різниця лінгвістичного і комунікаційного поглядів на комунікаційні явища. Зазвичай в лінгвістиці мовний акт визначається як висловлювання (мовленнєва дія) або сукупність висловлювань (мовленнєвих дій), що здійснюються одним мовцем з урахуванням іншого, таким чином мовний акт розглядається як окремий об'єкт вивчення, що має свої особливості. Комунікаційні властивості мови тут виступають зовнішнім шаром здійснення мовленнєвих актів і дій.

З точки зору соціально-комунікаційного підходу, мовленнєві акти складають засіб комунікації, яким користуються комунікатори. При цьому не обов'язково, щоб вони обидва знаходилися в процесі мовлення. Один з них може бути пасивним. У випадку, коли йде обмін мовними діями, відбувається комунікаційна діяльність за своєю базовою схемою. Крім того, додамо, що така діяльність може відбуватися у формі контакту, спілкування або комунікації, тобто взаємодії з визначеною метою та адресом. Звісно, що при цьому бажаним є володіння комунікаторами відповідними нормами мовної поведінки. Наявність таких норм визначається традиціями та конвенціональною узгодженістю. У визначенні комунікативного акту завжди передбачається взаємодія двох сторін. Мовленнєвий акт здійснюється і без наявності другої сторони.

У спеціальній літературі учасники комунікаційної діяльності отримують різні назви, де, як правило, простежується їх ставлення до засобу комунікації. Зокрема Є. В. Ключев наводить такі: «відправник» і «одержувач» (виробник і споживач) інформації, «пишучий» і «читаючий» (автор і читач); той, що «говорить» і «слухає», продуцент і реципієнт (продуцент і перципієнт) і, нарешті, адресант і адресат [208, с. 15-16]. Автор знову ж зосереджується на лінгвістичному погляді на речі, аналізуючи характер зв'язку між учасниками процесу, їх поведінкові схеми. Тим не менш, важливо зауважити, що автор вводить до розгляду важливі елементи комунікативних характеристик соціальної взаємодії з використанням мови, а також й інших засобів, що будуть розглядатися нижче. Маються на увазі такі поняття як комунікативна мета, комунікативний намір, комунікативна завдання, комунікативна інтенція, комунікативна тактика, комунікативна перспектива, комунікативний досвід і комунікативна компетенція, які входять до розкриття комунікативної стратегії [208]. Названий ряд понять, рівень їх розкриття звільняє нас від повторного їх розгляду. Досить зауважити, що їх використання в спеціальній літературі, в їх системному представленні вже є підтвердженням звернення фахівців до праксеологічних ознак мовної комунікації, без чого її розуміння, включення до теоретизації з метою пошуків загальних основ соціально-комунікаційної взаємодії було б проблематичним. Це також дає нам підстави щодо подальшого використання праксеологічних ознак, таких як мета, досвід, функція, намір, процесі та інше.

Крім того, ми маємо підстави підійти до мовної комунікації з точки зору техніки та технологій її здійснення, її закріплення на різних носіях, засобах подання інформації. Ми спробуємо відтворити історичний процес перетворень мовної комунікації, набуття нею організаційно-діяльнісних характеристик, що притаманні будь-якій людській діяльності. Ми маємо виявити і довести наявність певних структурних елементів діяльності як однієї з форм соціальної активності, що проявляються завжди, коли людина звертається до будь-якого предмету з метою його використання для отримання певного продукту або створення умов своєї життєдіяльності.

Скористаємося результатами структуризації комунікаційних характеристик мовної взаємодії:

- комунікативна стратегія як сукупність запланованих заздалегідь мовних дій, що реалізується в ході комунікативного акту, спрямованого на досягнення комунікативної мети. Уявлення про спосіб об'єднання цих теоретичних ходів в єдине ціле (комунікативну стратегію) називається комунікативною інтенцією, яка і є рушійною силою комунікативної стратегії. Іntenція належить індивіду і в цьому сенсі відрізняється від позаособистих конвенцій – правил поведінки в регламентованих суспільством мовленнєвих ситуаціях;

- комунікативна мета як стратегічний результат, на який спрямований комунікативний акт. Цей результат може обговорюватися як на вербальному, словесному рівні, так і на рівні фізичних дій. Комунікативний акт має не тільки комунікативну мету, але й комунікативну перспективу, що розглядається як можливість викликати бажані наслідки в реальності;

- комунікативна тактика як сукупність практичних ходів у реальному процесі мовної взаємодії;

- комунікативний намір як тактичний хід, що є практичним засобом руху до відповідної комунікативної мети;

- комунікативний досвід як сукупність уявлень про успішні та неуспішні комунікативні тактики, провідні або, що не ведуть до реалізації відповідних комунікативних стратегій [208, с. 18-19].

Всі ці елементи загалом складають певний набір соціальної взаємодії. Його використання з певними доповненнями може скласти основу для аналізу будь-якої комунікаційної форми з використанням будь-якого комунікаційного засобу або засобів, як це відбувається зараз в епоху використання мультимодальних комунікаційних засобів. Це також стосується і зовнішніх умов здійснення комунікаційної діяльності, що розглядаються як набір обставин, які роблять комунікативний акт можливим. До речі, на рівні мовленнєвої комунікації до таких умов належать такі:

- потреба або бажання адресанта ініціювати комунікативний акт;

- готовність адресата до мовної взаємодії (наявність певної комунікативної стратегії);

- розуміння адресатом мотиву адресанта;

- ідентифікація адресатом мотиву адресанта в якості достатньої підстави для ініціації комунікативного акту;

- єдність комунікантів у погляді на майбутній комунікативний акт;

- позначення (або усвідомлення) комунікантами моменту початку мовної взаємодії [208, с. 23].

Зрозуміло, що зовнішні обставини комунікаційної діяльності мають дещо інакший вигляд.

Саму ж мовну комунікацію в мовознавстві розглядають як один з аспектів, що визначається у системі мови. Такі види мовної комунікації як розмова, аудіювання, читання та письмо [52] також є предметом соціальних комунікацій і розглядаються в системі комунікації в її інтегральному розумінні. Використання мови задля досягнення певного рівня порозуміння в суспільстві, фіксації та передання інформації у процесах суспільної діяльності у поточній взаємодії, а також для передачі інформації та знань наступним поколінням, зробило мову найпотужнішим засобом соціальної комунікації. Властивості мови сприяли формуванню різних ланок спеціальної діяльності, основою якої було виробництво повідомлень на різних носіях, їх збереження, розповсюдження, обробка і подання для сприйняття та споживання в різних комунікаційних ситуаціях.

Таким чином, мова не лише виконує такі важливі функції в спілкуванні як інформаційна, агітаційна та емотивна, що проявляються у різних комбінаціях з перевагою однієї з них. Також мова визначає джерела в процесі соціального наслідування та у процесах формування соціальної пам'яті. Завдяки цьому мовна комунікація між людьми є важливим механізмом розвитку та становлення людини як особистості, а також засобом впливу на неї та суспільство в цілому. Можна також зазначити, що мова поряд з трудовою діяльністю була визначальним фактором у процесі соціалізації людства, оформлення його структури та системи суспільних відносин, що визначали соціокультурний розвиток. Це стосувалося матеріального виробництва, а також і сфери духовної діяльності, у якій формувалися свої специфічні умови відображення реальності.

Мова людини була першим засобом формування усного комунікаційного каналу, що поєднав у собі природні невербальні і вербальні можливості комунікаційної взаємодії в суспільстві. Фахівці називають наявність певних комбінацій використання мови, а також музики, танцю. Соколов А. В.

відносить до усної комунікації навіть мандрівки у вигляді експедицій та туризму [406, Розділ 4]. Усна комунікація характеризується всіма особливостями мовної діяльності. Базовим для неї є мовленнєвий комунікаційний процес, що ми вже розглядали вище. До того ж, усна комунікація глибоко аналізується з точки зору її комунікаційних властивостей у роботах [28; 250; 406].

Треба зауважити, що усна комунікація постає синтезованою формою, оскільки органічно поєднує невербальні та вербальні засоби. Такий синтез є досить природним прийомом посилення експресивної сили мови в процесі комунікаційної взаємодії суб'єктів. Він допомагає не лише в процесі висловлення певного змісту, що передається, а й додає емоційного навантаження. Невербальні засоби, такі як жест, міміка, що мають більш універсальне комунікаційне значення, допомагають суб'єктам, що комунікують, зрозуміти один одного. Таким чином, вже на початкових етапах становлення технологій комунікаційної діяльності ми спостерігаємо прояв закономірності доповнення комунікаційних каналів, що отримує суто технологічне підтвердження в подальшому розвитку системи соціальних комунікацій.

У сучасних умовах роль мовної комунікації набуває нового значення в різних сферах людської життєдіяльності. З'являється все більше нових засобів передачі інформації від традиційних до сучасних електронних, мультимедійних, що надає майже необмежені можливості для передачі повідомлень. У той же час всі вони потребують створення своєї максимально доречної комбінації задля ефективного спілкування, передачі інформації та знань, а також створення та підтримки соціально-комунікаційної системи суспільства. Правильний підбір та оформлення, спосіб передачі, інтерпретація та розуміння такого повідомлення в процесі мовної комунікації напряму залежать від різних зовнішніх соціально-комунікаційних факторів: рівня доступності інформаційних ресурсів, рівня інформатизації, наявності відповідних інформаційно-комунікаційних систем. Крім того, мають бути враховані характеристики комунікаторів: освіта, комунікативний досвід та навички, сфера професійної діяльності, походження, культура та інші.

За нашим переконанням, можна казати про те, що ми спостерігаємо наявність полідискурсивного наукового простору вивчення мови в теорії соціальних комунікацій. Його головними

ознаками є: мова як засіб комунікаційної взаємодії в процесах передачі масової інформації; мова як засіб формування конструктів мислення, порозуміння комунікантів та формування соціальної пам'яті; мова як засіб міжкультурної взаємодії та відображення глобальної культурної реальності; мова як засіб подання знання в когнітивній підсистемі суспільства. Мова є головним засобом опосередкування соціальної взаємодії між комунікаторами, які вступають у комунікаційні відносини і прагнуть досягнення будь-яких своїх цілей. При цьому не є важливим питання, у якому вигляді виступають комунікатори. В ролі тих, хто комунікує, можуть виступати як окремі особи, так і суспільні інститути.

На основі проведеного аналізу виявлені певні тенденції розвитку мовної комунікації, які пов'язуються з наступними дискурсами: транзитивним (забезпечує передачу інформації відповідно комунікаційним цілям), перцептивним (використання такої форми мови, що забезпечує взаєморозуміння атракторів), семіосферним (забезпечує включення мовних систем до аксіологічного контенту, у відповідності до гуманістичного прогресу людства) і когнітивним (забезпечує синтез нового знання та його закріплення в суспільній пам'яті людства). Вони інтегрують попередні уявлення про мовну комунікацію та її функціональне призначення на етапі складання системи соціально-комунікаційної взаємодії в добу інформаційного суспільства. Можна вважати, що ці тенденції будуть складати перспективу наукової сфери досліджень в соціально-комунікаційній теорії. Становлення техніки та технології документальної комунікації пов'язано з виникненням усної мови.

2.3. Виникнення техніки письма та механічних технологій комунікаційної діяльності в суспільстві

Писемна комунікація була наступним етапом процесу становлення соціально-комунікаційної діяльності після біосоціального етапу. Писемність доповнила існуючі засоби соціальної комунікації, що здійснювалася з використанням знакової, невербальної комунікації й усної – вербальної комунікації. Нами було з'ясовано, що діяльнісні основи комунікації будувалися за рахунок формування процесу передачі повідомлень, які мали суспільний або індивідуальний сенс. Це відбувалося з використанням певного засобу

здійснення взаємозв'язку між людьми або групами людей. В основі писемності також лежить комунікація, що базується на знаковості. Писемність – це система знаків, що закріплює мову та лежить в її основі, проводячи зв'язки між образом та вимовою [455, с. 4].

Прототипом писемності були символічні предмети й умовні мнемонічні знаки, що вживалися для позначенні таких почуттів як любов, ненависть тощо; предмети, які вказували на класову належність та ін. Наступним кроком були зарубки на знаряддях праці та зброї, які також сигналізували про статус власника. Важливу роль відігравали малюнки-ідеограми, які передавали своє первісне реальне значення, а пізніше і звук, що цей малюнок позначав [468, с. 704]. Приблизно з IX по II тисячоліття до н. е. люди почали використовувати фігурки тварин або просто предмети (палички, каміння) для записування та обліку худоби, тобто відкрили предметне письмо. [79, с. 8]. Стародавні винаходи людства, схожі на лист (але листом не є), називаються передписемностями [96, с. 34]. На основі деяких передписемностей виник лист для передачі інформації і для запам'ятовування в первісних суспільствах [79, с. 10].

Предметним письмом вважається стародавній спосіб передачі інформації – вампуми – шнури з мушлями різного кольору, або пояси, сплетені з них. Історики свідчать, що їх використовували північноамериканські індіанці для передачі інформації. Розташування, кількість та колір мушлів в різних комбінаціях використовували задля створення досить складних повідомлень [79]. До речі, такий мнемонічний спосіб передачі інформації використовували і навіть досі використовують африканські народності. До цього також можна додати і, так зване, вузликове письмо з використанням мотузок та шнурків, форми яких змінювалися у відповідності до змісту інформації, що передавалася.

Зазначимо, що вже на початкових етапах становлення системи соціально-комунікаційної діяльності, виникнення нових комунікаційних засобів не знищували ті, що вже використовувалися в суспільстві, а лише доповнювали їх, розширювали можливості соціальної взаємодії, робили їх більш пристосованими до потреб суспільства, що розвивалося. Нові комунікаційні засоби дозволяли вирішувати соціальні завдання, що виникали на шляху засвоєння природного простору життя людей, відбудовувати різні форми існування суспільства,

використовувати для навчання та освіти населення, робити більш доступними зразки соціокультурного досвіду людства. Тим не менш, первинні форми комунікаційних засобів продовжували своє існування, здаючи при цьому свої культурні позиції. Так, мнемотехнічні прийоми і піктограми вживаються й у сучасному житті людини. Прикладом цього є невербальні прийоми запам'ятовування або знаки, що викликають специфічний асоціативний ряд (вузлик на пам'ять або хрестики на руці), а також у сучасній візуальній комунікації, де використовуються знаки (дорожні знаки, державна символіка та інше).

Після предметного письма з'являється піктографічне письмо, що є відображенням ідеографічної комунікації, в основі якої лежить співвідношення змісту посилання і предметної форми.

Зміна засобу комунікаційного акту або дії призвело до появи нової техніки здійснення мовленнєвої комунікації та становлення діяльнісних ознак нового виду комунікаційної діяльності. Усна передача у вигляді міфів, ритуалів збереглася, але з'явилася і нова можливість закріплення набутих знань та інформації про життєвий світ людей. Писемність знаменувала собою нову епоху комунікаційної взаємодії та комунікаційної діяльності. Вони стали більш різноманітними, що потребувало нових навичок для їх використання. Стало необхідним навчання техніці письма і читання. Поступово розвивалася потреба в удосконаленні самої писемної мови та операцій з її використання у побуті та соціальних сферах, в масштабі окремої країни та на більш широкому географічному просторі. Виникла потреба у професійних комунікаторах, що володіли технікою письма.

Вже на передписемній стадії використовувались різні предмети або знаряддя для відображення змісту повідомлень, які отримували символічне значення. Яскравим прикладом передписемності була піктографія або малюнкове письмо. Найбільш розповсюдженим серед цього виду є наскальний живопис. Техніка живопису має давню історію і сягає сьогодення. Досить пригадати піктограми, (повідомлення передаються за допомогою малюнків), які використовуються в системі дорожніх знаків (виделка і ніж, пішохід, діти тощо), зображення товарів на вивісках магазинів і майстерень позначення видів спорту на спортивних змаганнях. Піктограми

зручні, не пов'язані з конкретними мовами, вони усім зрозумілі і фактично мають міжнародне значення.

Піктографічна техніка присутня у мові майя, виникнення якої датується першими століттями нашої ери. Дослідники з'ясували, що в цьому письмі використовується понад 270 знаків [79, с. 15]. Піктографія є знаковою системою, оскільки вона безпосередньо висловлює думки, а не слова. Поява звуко-літерної писемності знаменувала утворення нової комунікаційної техніки. Вона здійснювалася на основі абетки, яка містила декілька десятків простих знаків, що викликали велике перетворення в системі соціальних комунікацій. Вважається, що писемність виникла майже десять тисяч років тому [79, с. 8]. Її розвиток базувався на реалізації двох основних принципів: ідеографічного та фонетичного. Зовнішній вигляд ідеографічних символів не пов'язаний з принципами звучання слів, він залежить від соціальних традицій, від матеріалу для письма і від письмових інструментів [455, с. 51].

До ідеографічних систем відносять: шумерське письмо (пізніше – аккадське, IV-I до н. е.), еламське (XXIII-IV ст. до н. е.), єгипетське (XXX ст. до н. е.-V н.е.), хетське (XV-VII ст. до н.е.), китайське (з XIII до н.е.), майя (IV-XVI ст.), ацтекське (до XVI ст.), ще не дешифровані писемні пам'ятки в долині Інду (XXV-XX до н.е.), в основі яких, можливо, лежить ідеографічна система письма [455, с. 51]. Важливим висновком науковців є той факт, що письмо виникає тільки тоді, коли зображення стає малюнком, не знаком-символом, а знаком-абстракцією. Писемна мова набуває необхідної гнучкості, відірваності від об'єктів, що безпосередньо сприймаються, певного рівня чуттєвості для передачі та оперуванням зразками інтелектуальної діяльності людини як особливого різновиду соціальної практики. Писемність розширила мережі відтворення знань та інформації за рахунок більшої свободи висловлення думок, використання словесних форм, наповнення мови новими лексичними одиницями. Процес опанування письма з використанням алфавіту значно поліпшив оволодіння письмовою технікою.

На писемному етапі з'являється нова стадія комунікаційних технологій, яка зумовлена переходом від смислу до звуку. Місцем виникнення письма вважається Стародавній Схід, де виникла писемність шумерів понад 5 тис. років тому. Існує гіпотеза, що з шумерського письма беруть свій початок всі інші писемності (крім писемності майя). Шумерське

письмо добре вивчене, відома його багатовікова еволюція від піктограм до словесних знаків і потім до словесно-складових. У Шумері вперше сформувався зв'язок між звуковою промовою і написаними знаками, без чого неможлива реальна писемність. Звідси бере свій початок фонетичний спосіб писемності.

Серед найдавніших оригінальних писемностей були системи письма в Еламі (державна в Азії), Єгипті, долині Інду, Китаї, Малій Азії у хетів, а також на Криті, де використовувалася піктографічна писемність. Слід додати, що закон співіснування комунікаційних систем вже мав прояви на рівні усно-писемної комунікації. Першою комунікаційно-інформаційною системою була ієрогліфічна писемність. Так, єгипетська ієрогліфічна писемність склала потужну базу вивчення способу писемної комунікації [387].

Використання знаків для позначення звукової оболонки слів іменується фонетизацією. Вона характерна для всіх словесно-складових писемностей, у яких з'являються знаки трьох типів: словесні, складові та допоміжні [468, с. 705]. Можна підвести певний підсумок: у мовній комунікаційній дії засобом трансляції повідомлень стає словесна складова техніка писемності. Наступною стадією стає вже чисто словесна система писемності. На основі складових знаків давніх словесно-складових писемностей виникли складові системи письма. Серед найбільш відомих складових писемностей клинописні (персидська, аккадська та інші спадкоємці шумерського письма), західносемітські (фінікійська, давньоєврейська, арабська тощо) і дві японські складові системи (спадкоємиці китайського письма). Вже складається методика, правила, норми використання знаків. Зазвичай у складовій писемності знаки означають не один звук, а кілька, тобто сполучення голосного і одного або кількох приголосних звуків. У західносемітських писемностях були тільки знаки для приголосних звуків, які в тексті могли позначати або окремий приголосний звук, або сполучення цього приголосного з будь-яким голосним. Такий тип листа називають консонантним (лат. *Consonans* – приголосний звук).

Звуко-літерна писемність базується на тому, що знак означає не слово, не морфему, а звук. На цій стадії писемності сенс повідомлення передавався не напряму, як це було у піктографічній або у ієрогліфічній писемності, а через звуковий потік комбінації літер або алфавітну техніку.

Різні історичні форми писемності та різні техніки використання письмових знаків вивчаються таким науками як палеографія, граматологія та епіграфіка. Зв'язок між письмовими знаками вивчає граматологія, цей термін вперше увів у науковий обіг І. Дж. Гельб та потім розвинув Ж. Дерріда [96; 126]. Гельб І. Дж. вважав граматологію окремою наукою, яка покликана вивчати роль поняття «писемність» у культурі, а Ж. Дерріда в свою чергу стверджував, що писемність вказує на зміст, який потребує подальшого розкриття і є придатним для цього розкриття. Він прагнув показати, як слід розшифрувати різні змісти, що містить писемність. Так, наприклад, граматологічні знання необхідні, якщо потрібно створити писемність для безписемного народу, а відомості про клиноподібної форми знаки, їх походження й спосіб нанесення належать до палеографії. Треба додати, що певні письмові техніки мають особливе значення для деяких національних культур. Наприклад, у Китаї каліграфія вважається мистецтвом.

Більшість писемностей виникла поступово, під час еволюції мови, але деякі писемності були винайдені штучно, вже з урахуванням лінгвістичного досвіду. До винайдених писемностей можна віднести слов'янську писемність, вірменську, грузинську та інші.

Весь процес розвитку мови виглядає як сполох одного явища і затухання іншого, але такий процес у розвитку лінгвістики відбувається непомітно для тих, хто говорить та пише. Лінгвістичні інновації, що виникають у процесі життєдіяльності людини, поступово знаходять собі все більше застосування, починають вживлятися у повсякденний обіг, поки люди не стануть сприймати ці лінгвістичні явища як щось само собою зрозуміле, звичайне, як факт мови [455, с. 13]. Найяскравішим прикладом такого «вживлення» є нове дієслово в англійській мові («to google»), яке вже прижилося в українській мові (прогуглити, гуглити) і активно використовується. Таким чином, можна зазначити, що в наш час вже існує необхідність дослідження мережевої мови та її вплив на природну і літературну мови

Масове розповсюдження інформації завдяки друкованим носіям розширило сферу впливу документального каналу комунікацій, а також і сферу формування організаційно-діяльнісних засад її здійснення у суспільстві [55, 183]. Соціокультурне значення нової комунікаційної сфери

комунікацій зумовили виникнення нових форм власності та демократизації суспільства. Останнє було пов'язане з процесами залучення все більших прошарків населення до навчання та освіти, використанням документаційних форм суспільної взаємодії у приватному секторі життя людей. Так, комунікація та інформація отримали роль двигуна прогресу людства, але вони приховувати у собі не лише позитивні чинники розвитку людства, а й причини криз на шляху становлення суспільства у його сучасному вигляді.

З часом, на зміну повільного і трудомісткого процесу переписування книг від руки прийшло книгодрукування. Вважається, що вперше друкувати книги почали у стародавньому Китаї та Кореї за допомогою технології, яка отримала назву ксилографія. Це технологія, в процесі якої створювалася дерев'яна гравюра, а вже потім робився відбиток цієї гравюри на папері. Тексти та ілюстрації, що потребували розмноження, малювалися на дерев'яних дошках, а потім ріжучим інструментом заглиблювалися місця, які не підлягали друку. Рельєфне зображення на дошці покривали фарбою, після чого до дошки притискався аркуш паперу, на якому отримувався відбиток – гравюра.

Техніка письма поступово розвивалась, використовуючи надбання людства у розвитку виробничих галузей як металургія. Відомо, що майже з IV і III ст. до нашої ери техніка книгодрукування змінилася – глиняні букви-штампи були замінені на металеві – з бронзи. Поступово складалася техніка вдавлення печатного тексту послідовно буква за буквою. Така техніка з XI по XIII століття використовувалася в Японії, Кореї та Китаї й отримала розповсюдження майже по всій Європі [79; 321]. Зрозуміло, що розвиток технічної сфери суспільства не міг не торкнутися сфери соціально-комунікаційної діяльності. До цієї нової галузі залучалися фахівці, які засвоювали нові технічні засоби щодо забезпечення виробництва документальної продукції, розвивалися професії з їх підготовки, зберігання, розповсюдження тощо.

З кінця XIV - початку XV ст. поширився новий спосіб друкування з використанням рухомих літер. Винахідником цієї техніки вважається Йоганн Гутенберг [321]. Його винахід вніс значні інновації в процес книгодрукування і заклав напрями його розвитку на значну перспективу. Головними інноваціями стали: принцип набору літер, який базувався на тому, що

зображення будувалося з окремих, заздалегідь заготовлених елементів (літер або зображення); друкарський процес, що пов'язаний з процесом перенесення фарби на носій інформації, яким в той час став папір. Друкарський прилад Гутенберга був першою ручною машиною у комунікаційному виробництві.

Початком друкування є використання ручного друкарського верстату. Друкарський верстат являв собою ручний прес, де з'єднувалися дві горизонтальні площини: на одній площині встановлювався набірний шрифт, до іншої прикладався папір. Фактично це був процес штампування. Він був досить повільний, але дозволив значно підвищити кількість друкованих примірників, а також підвищив продуктивність праці друкарів. За свідченням науковців, з 1440 по 1500 рр., тобто, за 60 років застосування цього способу, було надруковано понад 30 тисяч книг [321]. Тираж кожної книги сягав приблизно 300 примірників, але це вже було значним кроком у вдосконаленні ручних технологій підготовки письмових документів. Формувалася спеціальна галузь книговиробництва, розвивалися масові форми комунікації, зростали тиражі й з'являлися нові документальні жанри, стилі та форми подання інформації.

Друкування книг старослов'янською мовою почалося в кінці XV ст. В історії слов'янського книгодрукування відомі імена друкаря Георгія (Франциска) Скорина, Івана Федорова та Петра Тимофєєва Мстиславця. У XVII ст. в Росії вже працювало кілька друкарень, однак до кінця XVIII ст. техніка друкарства не зазнала суттєвих змін. Але слід зазначити, що на території України відбуваються ті ж процеси розвитку друкарської діяльності як інноваційної комунікаційної технології, що спостерігаються в масштабах всього світу. Зупинити процес поширення нового соціально-комунікаційного каналу вже не було в силах влади. Як свідчить історія, узурпація комунікаційних засобів ставала надалі все більш складним завданням.

Як ми зазначали вище, технологія друкування була важливим фактором суспільного розвитку. Він було цілком пов'язаний зі сферою технічної діяльності та поглибленням технічного мислення, як того потребував час. Крім того, значного розвитку отримувала сама комунікаційна діяльність, яка наповнювалася новим соціокультурним змістом, сприймала новий досвід комунікаційної взаємодії, а також стимулювала

появу й розвиток нових спеціально-професійних комунікаційних сфер. Таким чином, можна стверджувати, що виникнення друку зумовлено соціокультурними потребами збереження й поширення інформації та знань у суспільстві, а також необхідністю розповсюдження книжкової грамотності серед населення, яке все ширше залучалося до виробничої суспільної практики. Зростання потреб у розповсюдженні інформації та знань були пов'язані з розгортанням промислової революції, розвитком системи освіти та науки. Цей процес з середини XVIII ст. зумовив потребу в оперативному і масовому випуску друкованих матеріалів досить у значній кількості. Відповіддю на цю потребу став випуск газет і журналів великими тиражами. Ручні друкарські верстати вже не задовольняли попит населення як в оперативній соціальній інформації, так і в інших сферах суспільного життя, таких як виробництво, банківська сфера, сфери судочинства, політики, управління тощо. Ручна технологія, хоча і була певним технологічним проривом в комунікаційній технології, все ж таки не могла задовольнити попиту на інформацію, що швидко зростає. Ручний друкарський верстат вже не відповідав новій соціокультурній ситуації. Технічний прогрес прийшов і до друкарської галузі. Докорінним змінам у книговидаванні та становленні друкарського виробництва сприяла механічна друкарська машина. Перша друкарська механічна машина була винайдена Фрідріхом Кенігом [321]. В історії вона відома під назвою «Зульський прес», в основі якого був механізований процес нанесення фарби на друкарську форму. Це була часткова механізація, оскільки верстат приводився в дію силою самого друкаря. Впровадження машинних технологій в документально-виробничу сферу відіграло свою роль у становленні документальної комунікаційної діяльності.

Вже на початку XIX століття ця технологія була вдосконалена за рахунок створення високошвидкісної друкарської машини, яка вже не потребувала ручної праці друкаря. З 1814 р. поширилася технологія друкування з використанням сили парової машини. Цей факт знаменував собою новий етап у розвитку техніки та технології друкування та становлення книговидавничої підсистеми соціальних комунікацій. Механізоване книгодрукування значно вплинуло на формування фондів бібліотек, розвиток книжкової бібліографії. Крім того, в соціально-економічному аспекті це

було важливим фактором формування нової виробничої галузі – поліграфічної. З цього часу книжково-журнальна комунікація посіла міцну позицію в системі документальної комунікації [97; 238; 356; 406; 407; 459].

Поняття книги трактувалося по-різному. До широкого трактування можна віднести визначення М. М. Куфасва (1888-1948), який писав: «Книга есть вместилище мысли и слова человека, взятых в их единстве и выраженных видимыми знаками», та далі пояснював, що книгою також можна вважати «иероглифы на сфинксах или камнях храма, панируемый свиток, шкуры и т.п., а теперь фонографические валики и грампластинки» [401, с. 81]. Книга міцно увійшла у розряд найважливіших комунікаційних явищ, які визначили цілу епоху культурно-цивілізаційного прогресу людства. Книга стала предметом комунікаційної діяльності, що обслуговувала різні сфери суспільної діяльності. Перш за все йдеться про наукову сферу, сферу освіти, де з'являлися свої види друкованої продукції. Склався канал художньої літератури зі своїми особливими жанрами, вимогами до виробництва і розповсюдження [45].

Конкуренцію книзі склали нові документальні форми, що відбивали нові потреби суспільства у відображенні та фіксації наслідків соціокультурної діяльності. Поняття «документ» з'явилося у науковій термінології на початку ХХ століття. Визначення документації як сфери наукового пізнання та сфери практичної діяльності пов'язують з ім'ям Поля Отле (1868-1944), який запропонував розширити традиційні книжкові межі бібліотечної справи і бібліографії за рахунок включення не лише журнальних статей, а і газетних повідомлень, реклами, гравюр, фотографій, схем, діаграм тощо. Всі ці джерела інформації П. Отле почав іменувати «документами», розуміючи під документом «все, що графічними знаками зображує будь-який факт або ідею». Зрозуміло, що друковані зразки поряд із первісною графікою і живописом, охоплюються поняттям «документ» [401, с. 81]. Згодом поняття «документ» було розширено ще більше, де документ розуміється як стабільний речовинний об'єкт, який у соціальній смисловій комунікації виступає завершеним повідомленням. У цьому визначенні враховані наступні відмітні ознаки документа: наявність смислового змісту, що має бути зрозумілим для учасника комунікації; стабільна речова форма, що забезпечує передачу

змісту повідомлення у соціальному часі та просторі; призначення для використання в комунікаційних каналах, включаючи різні види документів, зокрема друківані документи, а також історико-культурні, етнографічні, археологічні артефакти; завершеність повідомлення, що відповідає нормам певної сфери використання документу.

Документи також підлягають класифікуванню з урахуванням їх знакової форми. Розрізняють документи, що читаються на природній мові або штучних мовах; іконічні документи, що несуть образи (картини, малюнки, піктограми, фотографії, діапозитиви, кінофільми, голограми тощо); ідеографічні документи, які користуються умовними позначеннями; символні документи (музейні експонати, історичні реліквії, архітектурні пам'ятники); аудіальні (звучні, фонетичні) документи звукозапису; машиночитні документи (магнітні стрічки і диски, оптичні диски, перфокарти і перфострічки) [401]. Слід додати, що всі існуючі форми знакових документів пройшли шляхом значних трансформацій в умовах виникнення та поширення електронних комунікацій, що будуть розглянуті нижче. Всі представлені типи документів утворюють один або кілька комунікаційних каналів, що розподіляються на рукописні і друківані, яким відповідають два різних документальних канали зі своїми засобами і методами створення і розповсюдження документів. Іконічні документи утворюють канали образотворчого мистецтва, кіно та ін.

У наш час склалася певна наукова галузь – документознавство, що входить до соціально-комунікаційного наукового напрямку [232; 238; 398; 459]. У практиці документально-комунікаційного обслуговування набули поширення терміни «первинний документ», «первинний документальний потік», «канал первинних документів» і, відповідно, вторинні документи, потоки, канали. Оскільки «первинність» і «вторинність» – поняття відносні, які залежать від прийнятого порядку рахунку, зазначені терміни тлумачаться по-різному різними авторами, і кожне тлумачення по-своєму виправдано [238; 401]. До речі, це дало підстави А. В. Соколову розрізнити два рівня документальної комунікації: – первинно-документальний рівень, на якому представлені всі перераховані вище типи документів з відповідними каналами; цей рівень – сфера бібліотечної, архівної, музейної діяльності; – вторинно-документальний або документографічний рівень – сфера

бібліографічної діяльності, що використовує рукописні (неопубліковані) бібліографічні матеріали, бібліографічні видання, бібліографічні бази машиночитних даних [401]. Автор вважає, що бібліографія відбиває документальні потоки, що рухаються трьома документальними каналами: каналом рукописів, поліграфічним каналом і каналом машиночитних документів. Схожі класифікаційні схеми наводять у своїх роботах вітчизняні науковці, які спеціалізуються на документознавчих дослідженнях: Н. М. Кушнарєнко, Г. Швецова-Водка, С. І. Кулєшов [232; 238; 459].

Необхідність обробки значного документального ресурсу, потреба в оптимізації всіх складових комунікаційного процесу від створення повідомлень, їх пакування у більш зручній формі, ніж паперова, вирішення проблем тиражування і розповсюдження, зберігання й використання інформації та знань спонукали до нових техніко-технологічних відкриттів і рішень. Схема змін соціально-комунікаційної діяльності на основі технологічних перетворень розглядається у роботі [183]. В основі цих змін лежить засвоєння комунікаційною сферою нових техніки та технологій здійснення різних трудових та виробничих процесів, пов'язаних з загальними складовими комунікації, такими як повідомлення, передача, отримання. Залучення нових технічних винаходів до процесу підготовки повідомлень, їх включення до технічного каналу передачі, відображення повідомлень на нових носіях тощо, вносило нові форми організації соціально-комунікаційної діяльності.

Нові знаряддя (телефон, телеграф, ксерокс) або радіоелектронні (радіомовлення, кіно, телебачення, відеозапис, електронна поліграфія) відкрили електромеханічну й електричну епоху в соціально-комунікаційних технологіях. Ці знаряддя значно розширили можливості усної та документальної комунікації та стали базою поширення машинного виробництва в соціально-комунікаційній системі. Нові комунікаційні засоби дозволяють більш оперативно, надійно, дистанційно, економічно, комфортно обмінюватися вербальними і невербальними повідомленнями, створювати, зберігати та розмножувати документи різних типів. Завдяки цьому розширюється сфера традиційних комунікацій, формуються передумови виникнення електронної комунікації [401].

Одним із найпоширеніших технічних засобів розвитку комунікаційних зв'язків у суспільстві є радіо. Його історія,

специфічні особливості, суспільні функції, жанри та форми радіопередач досить широко розглянуті в спеціальній літературі [375]. Стисло панорама різних аспектів розвитку радіомовлення наводиться у роботі [469]. Радіомовлення в якості засобу комунікації трактується як спосіб передачі інформації на відстань за допомогою радіохвиль (мовлення, музика, звукові ефекти). Радіо було більш оперативним за друк, перш за все, за рахунок прискорення комунікаційного процесу та його доступності. Технології радіомовлення, що базуються на електронних можливостях трансляції радіохвиль за допомогою спеціальних станцій, дозволяють покривати практично всю територію планети. Вважається, що радіо несе не лише інформацію в її семантичному значенні, але і значно більше впливає на систему емоцій людини, ніж друкована комунікація. Це зумовлено включенням емоцій до текстового матеріалу радіопередач, а також його інтонаційними властивостями. Радіо притаманні властивості засобу масової інформації, а також окремого виду мистецтва, в якому склалися певні творчі методи, прийоми. Радіо на певний час було важливим каналом масово-комунікаційної діяльності, вплив якого сягав майже всіх територій, що були заселені людиною. Його оперативність значно перевищувала друковані форми масової комунікаційної діяльності. Історично радіомовлення пов'язане з передачею концертів, театральних постанов, опер, літературних читань, що відбувалися на відповідних майданчиках [469, с. 721]. З часом жанрово-стилістична наповнюваність радіотрансляції змінилася у відповідності до його використання не лише для розваги, а й для офіційних повідомлень, просвіти, навчання. Дуже важливим було його використання у період військових дій, як способу зв'язку під час географічних розвідок. В економічному плані радіо виграло у друкованих комунікацій своєю дешевизною і доступністю для регіонів, що знаходилися у важкодоступних частинах планети. Зазначимо, що трансляція наживо згодом доповнилася фіксованою інформацією у записах на плівку. В електронну епоху радіомовлення використовує можливості цифрових електронних комунікацій.

Основними формоутворюючими елементами радіомовлення вважаються: мова, музика, студійні шуми, документальні записи, що були зроблені поза межами студій. Також існує група виразних засобів радіомовлення, що залежить від технічного обладнання, але впливає на стильові

характеристики радіопрограм. До них належать монтаж, голос, звукова мізансцена, сценарний ракурс та інше [там же, с. 722]. Радіомовлення склало нову галузь у сфері соціальних комунікацій, що також набуло ознак спеціалізованої сфери комунікаційної діяльності зі своїми правилами, нормами, методами праці, організаційно-функціональними особливостями, корпусом фахівців, які забезпечували увесь технологічний процес радіотрансляції та підготовку радіопродукції.

Слід додати, що різні виразні засоби зумовили становлення різних форм радіомовлення. Так інформаційні програми перейняли, продовжили, збагатили комунікаційний досвід друкованих ЗМІ. Вони зробили передачу інформації масового призначення дуже сприятливою для слуху. Радіо стимулювало розвиток багатьох жанрів мовного мистецтва (конференс, художнє читання тощо). Радіомовлення характеризується також певними напрямками комунікаційного впливу на масову аудиторію. В жанрово-тематичному аспекті розвивалися інформаційні, суспільно-політичні, літературно-художні, музикальні, просвітницькі програми. Радіо також формувало певні масові аудиторії і скеровувало свої виразні засоби на задоволення їх потреб. Мається на увазі радіомовлення для дорослих громадян на загальносуспільні теми, для дітей та юнацтва, для громадян, що мешкають за кордоном.

Аналіз історії радіомовлення дозволяє простежити певні історичні етапи його становлення як комунікаційно-діяльничої підсистеми, виявити основні елементи його інституалізації в системі масової комунікації та соціальної комунікації в цілому. Зокрема, чітко визначається декілька рівнів організації радіомовлення в комунікаційному просторі суспільства: національно-державний, муніципальний, місцевий, міжнародний. Крім того, радіомовлення також підпало під процеси індустріалізації та розподілу власності стосовно радіовиробництва [375; 469]. Радіо було предтечею телебачення, що поєднало у собі звук та зображення.

Телебачення в свою чергу є аудіовізуальним засобом масової комунікації і значно розширило можливості маскомунікаційної взаємодії в суспільстві. Воно підкріпило функціональні можливості за рахунок нової гібридизації технологій та творчості. Телебачення як засіб соціальної

комунікації стало об'єктом спеціального вивчення, що склало фундаментальну основу розвитку індустрії телебачення в середині 50-х рр. ХХ ст. До вивчення радіо та телебачення зверталися провідні дослідники соціальних комунікацій, зокрема, відомий дослідник М. Маклюен. Поряд з пресою, радіо і телебачення були полігонами вивчення комунікаційних процесів у суспільстві, особливостей поведінки комунікаторів в маскомунікаційних процесах, а крім того, вони були важливою ланкою вивчення впливу соціальної комунікації на соціокультурні процеси та соціально-психологічні стани суспільної взаємодії.

Телебачення як засіб масової комунікації, на відміну від радіо, розвивалося вже у період індустріальної епохи і його організаційно-діяльнісні підвалини відповідали діючим закономірностям виробничої сфери суспільства. Для його реалізації були потрібні значно більші фінансові вкладення, ніж ті, що були необхідні на етапі становлення радіомовлення. Нам здається, що телебачення виглядає більш залежним від соціальних відносин, що склалися в соціальну систему індустріального виробництва, і від груп інтересів великого капіталу. Розвиток телебачення завжди супроводжували суперечливі оцінки його впливу на масову аудиторію. До приходу електронних комунікаційних мереж телебачення утримувало найбільші рейтинги у порівнянні з іншими каналами і засобами соціальних комунікацій. За декілька десятиріч свого розвитку на початок 80-х рр. телебачення стало головним каналом соціальної комунікації, за допомогою якого здійснюється масований вплив на людину і суспільство, головним фактором масовізації культурних зразків, пріоритетних комунікаційних гравців на культурно-інформаційному ринку [16; 452].

Використання машинної техніки вплинуло на соціально-комунікаційні процеси та викликало розширення сфер соціально-комунікаційної діяльності. Виникли не лише нові канали комунікацій, а й склалися нові сфери соціально-комунікаційної діяльності. Визначною характеристикою співіснування різних машинних комунікаційних засобів в умовах медіатизації була гібридизація комунікаційних засобів [91; 159; 262; 326].

Значення комунікаційної гібридизації як фундаментальної логіки культурних змін ще на початку загальнокультурної

інформатизації переконливо показав у своїх дослідженнях М. Маклюен [261; 262]. Зокрема, на прикладі розповсюдження друку, він показав визначальну роль технологій гібридної комунікації в культурній динаміці XV-XIX століть. На думку Д. В. Галкіна з винаходом і розповсюдженням друку у XV ст. почався процес техно-мистецької гібридизації. Поєднання літературної традиції з дистрибутивною силою друкованої технології, за його переконанням, змінило всю європейську цивілізацію. Згідно з його розробками, технології друку є техно-художніми гібридами першого порядку [90]. Автор переконливо доводить, що використання комунікаційних гібридів може впливати і впливає на поширюваний художній зміст (літературу в широкому сенсі слова), перетворюючи форму розповсюдження в самостійне мистецтво (графічний дизайн, розробка шрифтів), а потім і стимулюючи розширення різноманіття літературних форм, доступних в друкованому форматі. Крім того, друк ознаменував принциповий перехід від античних технік та технік, пов'язаних з майстерністю людини, з присутністю її руки в процесі та в продукті творчості, до технології як самостійної відчуженої логіки виробництва – передвісника машинного століття. В кінці XIX - початку XX-го століття техно-мистецька гібридизація виходить на новий рівень в естетиці кінематографа – гібрида, в якому технологія починає значною мірою диктувати естетичний (візуальний) зміст кіномистецтва при збереженні залежності від його театральнo-драматичної наративної основи (гібриди другого порядку). Технологічна система повністю опосередкувала творчий процес у кінематографі. Аналіз кіно як комунікаційної технології здійснює В. Беньямін [37]. Фахівці вважають, що за рахунок технологічних можливостей в кінематографі відбувається більш складна художня гібридизація – злиття літератури, театру, образотворчих, музичних і пластичних мистецтв в новому комунікаційному середовищі при використанні нових засобів діяльності [90]. Яскравим прикладом гібридизації в соціальних комунікаціях є телебачення, що демонструє дистрибутивні можливості телевізійного мовлення та візуалізації. Телебачення внесло значний вклад у становлення нових комунікаційних структур, появу нових робочих місць та формування нових інституціональних форм професійної діяльності комунікаційних фахівців.

Слід підкреслити, що машинні технології початку ХХ ст. були потужними засобами розвитку кінематографу, радіомовлення, фотографії, телебачення, а також фактором світового культурного авангарду протягом всього століття. Нову естетичну ідеологію техно-мистецької гібридизації створили представники різних країн: росіяни-конструктивісти (В. Татлін, Д. Ветров, Н. Габо), італійські футуристи (Ф. Марінетті, Л. Русолло), представники німецької школи Баухауз (О. Шлеммер, Л. Махолі-Нагі). Технологія посідає у ній головне місце й диктує форму і зміст мистецької комунікації. Втілення цієї ідеології сприяло розвитку авангардних течій ХХ століття і було джерелом їх трансформації на початку ХХІ століття. Технократичні ідеї почали використовуватися як втілення абстрактної технології, що поступово поглинає людину. Дослідники виділяють техно-гібриди другого порядку, що виникли завдяки авангардним пошукам в мистецтві, до яких належать просторово-світлові скульптури, кінопроекційний супровід музичних і театральних вистав, електромузичне звукодобування [90; 505].

З цього моменту, як зазначає відомий французький мистецтвознавець Франк Поппер, протягом ХХ-го століття інтеграція мистецтва і технологій мала перманентний та незворотний характер [505]. Вона торкнулася усієї жанрової структури сучасного мистецтва і в межах популярного мистецтва, а також в межах високої естетики [69; 89; 92; 127; 351]. Намагання розширити можливості відтворення чуттєвого складу суспільно значущої інформації, що протягом історичного розвитку людства накопичувалася в межах соціально-комунікаційної сфери, втілювалися за допомогою гібридних комунікаційних засобів. Певні соціокультурні смисли не завжди могли відтворитися у вербалізованій формі комунікаційної взаємодії, зберігалися всередині соціально-комунікаційної системи і чекали свого часу для опрацювання та введення до сфери репрезентування у комунікаційному просторі суспільства. Такі можливості з'явилися на новому етапі розвитку соціально-комунікаційних технологій.

Технологічні трансформації соціально-комунікаційної діяльності створили нові умови суспільної взаємодії й уперше задіяли до наукового розгляду явища інтерактивності з залученням масової аудиторії. Зокрема, це стосується не лише документальної та маскомунікаційної сфер (журналістики,

телебачення, радіомовлення), а і мистецької сфери. Остання була пов'язана з поширенням інтерактивного технологічного мистецтва [89]. Кібернетичний погляд на світ пов'язувався з пошуками штучного життя в мистецтві, розуміння інтерактивності як життєподібної поведінки в складній мережі комунікаційних взаємодій. В естетиці штучного життя комплексні взаємодії між звуковими скульптурами перетворюються на несподівані форми організованої поведінки та демонструють «характеристики організації форм штучного життя, які діють як єдине створіння» [90]. Мистецтвознавці загалом бачать фундаментальну роль кібернетики у штучному моделюванні органічних відносин в комунікаційному просторі через поглиблення уявлень про організацію живих систем, що еволюціонують.

Відомі техно-гібридні експерименти з середини минулого століття залишаються зразками формування нового комунікаційного простору, що сформувався завдяки розвитку електронної комунікації наприкінці ХХ століття. Глибокий аналіз цих прикладів наводить у своїй роботі Д. В Галкін, який акцентує увагу на новому погляді на інтерактивність як джерело змін і новизну в життєвому русі людини. Але не слід забувати, що технологічна гібридизація є невід'ємним елементом розвитку комунікаційних технологій з моменту їх входження до сфери суспільної діяльності ще у період біосоціального етапу, коли у комбінаціях використовувалися рух, звук як основні комунікаційні засоби.

Далі ми звернемося до нових комунікаційних явищ та фактів, що характеризують соціально-комунікаційну діяльність в умовах втілення в комунікаційну практику електронних комп'ютерних технологій.

2.4. Автоматизовані технології соціально-комунікаційної діяльності (електронна комунікація)

Упродовж періоду широкої автоматизації соціально-культурної діяльності суспільство отримало нові мовні моделі, що були пов'язані з застосуванням технології обробки даних четвертого та п'ятого покоління. Програмне забезпечення для комп'ютерів стало більш орієнтованим на кінцевого користувача, якій сьогодні вже спроможний самостійно задіяти різні програмні додатки щодо досягнення комплексного медіа ефекту (фото, відео, аудіо, анімація тощо). Кінцеві користувачі

отримали можливість контролювати хід розробки інформаційних систем (ІС). Децентралізація ІС і поширення тенденції автоінформатизації кінцевих користувачів (співробітників організацій на різних рівнях організаційної структури), підготовлена розвитком програмного забезпечення на базі «дружніх інтерфейсів» і прозорих стратегій організації, сприяли переходу до системи управління інформаційними ресурсами. Стосовно прикладних завдань ІС, постає необхідність всебічної, глибокої та детальної розробки процедур обробки інформації. Завдання проектування ІС змістилися у бік планування взаємодії, застосування, контролю та захисту інформації (тобто суто інформаційно-управлінських функцій) [114; 180; 213; 352; 389; 420].

Індустріалізація інформаційного сектора економіки змістила акценти ставлення держави до нього [184]. Позиції держави в соціально-інформаційній сфері традиційно міцні, що зумовлено як наявністю у державних відомствах значних фінансових ресурсів, які призначені для фінансування наукових досліджень і процесів збору, обробки, розповсюдження інформації, так і роллю державних органів як споживачів інформації. У США, наприклад, проекти в сфері інформації готують такі відомства: Міністерство оборони, Міністерство енергетики, Міністерство охорони здоров'я та ін. Можна цілком впевнено говорити, що в цій країні усвідомлено велике значення сфери соціально-комунікаційної діяльності і той вплив, який вона здійснює на соціальні процеси.

На етапі інформатизації роль держави має дуже велике значення. Це є питанням розуміння пріоритетів цивілізаційного розвитку, демократизації суспільства, вивільнення творчого потенціалу діючих мас населення. Держава бере на себе обов'язки зі стимулювання зростання виробництва засобів інформатизації, телекомунікацій, інформаційних продуктів і послуг та одночасно платоспроможний попит на них, регулює підготовку відповідних фахівців. Важливим є збалансування всіх сфер соціально-комунікаційної діяльності, до яких входять технічні засоби, правові засади, кадри, канали. Можна стверджувати, що комунікаційна політика є необхідною складовою соціального управління в добу інформатизації, важливою ланкою прикладання зусиль усіх професійних груп соціально-комунікаційної сфери.

Перехід від політики інформатизації до політики управління інформацією відбувся на рубежі 90-х рр. [188]. Новий зміст політики управління інформації вміщує геополітичні, зовнішньоекономічні, соціально-економічні, науково-технічні та культурні аспекти розвитку країн. Метою інформаційної політики в новій ситуації стає створення інформаційного простору України як елемента інформаційної сфери, це має створити необхідні засади для гармонізації культурного середовища та вільного розвитку особистості в межах країни і в світі загалом. Завданнями інформаційної політики є: формування національних інформаційних просторів та забезпечення їх входження до єдиного всесвітнього інформаційного простору, економічний захист інформаційних систем, забезпечення інформаційної особистості, формування м'якої (інформаційної) економіки, ринку інформаційних послуг та продукції; розширення правового поля регулювання інформаційної взаємодії [174]. До цього періоду належить і завершення інституалізації сфери соціально-комунікативної діяльності [183].

Важливим висновком попередніх розробок питань інформаційної політики як необхідного елементу професійної соціально-комунікаційної діяльності є визначення етапів становлення інформаційного суспільства, до яких належать:

- комп'ютеризація як перший етап оволодіння технологією;
- інформатизація як соціально-культурний процес зміни предмета і рушійних сил розвитку;
- управління інформацією як цивілізаційний процес гармонізації культурного середовища [188]. Слід мати на увазі, що ці етапи формують мету, завдання, об'єкти, предмети правового державного регулювання, суб'єктів – учасників інформаційної взаємодії та ін.

Країни, що розпочинають комп'ютеризацію та інформатизацію в сучасних умовах (умовах функціонування інформаційного суспільства в розвинутих країнах), потребують психологічної підтримки цих процесів та їх конкретних втілень у суспільній думці, роз'яснення їх соціального спрямування, культурної неминучості. Однак, всі положення національної інформаційної політики передбачають серйозне соціокультурне обґрунтування, фінансову, правову, кадрову та іншу підтримку. Можна додати необхідність порозуміння всіх важливих моментів програм та проектів інформаційно-комунікаційного

розвитку між представниками всіх сфер соціально-комунікаційної сфери.

З розвитком інформаційної сфери діяльності (відповідно до економічного стану країн, раніше накреслених планів, прийнятих рішень, зобов'язань) формувалися відповідні інструменти [187]. Важливо враховувати той факт, що всі плани, програми, концепції в інформаційній сфері можуть мати різні часові параметри і потребують відповідного фінансування. В умовах України актуальним є питання розподілу обсягів фінансування центром та місцевими органами самоврядування. Конкретними інструментами проведення інформаційної політики можуть бути фіскальні важелі (податки, бюджетні витрати та ін.), кредитно-грошові (загальна маса і доступність коштів, кредитів, ставки кредитних процентів, цінові нормативи тощо). На сьогодні існує зразок параметризації змістовного наповнення інформаційної політики [188]. Зокрема, етап інформатизації визначається такими ознаками: характер процесів – організаційно-економічний; децентралізація державного регулювання, посилення приватного сектора; зміст – розвиток інформаційної індустрії, її диверсифікація, створення інформаційних систем, зокрема телекомунікаційних, формування інформаційного ринку; об'єкти політики – системи формування і використання інформаційних ресурсів, інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура, ринок інформаційних та телекомунікаційних засобів, інформаційних продуктів і послуг, побутова комп'ютеризація, інформаційна безпека, правове забезпечення інформаційних відносин, техніко-технологічні та інформаційно-комунікативні структури, захист інформації, правила застосування технічних комплексів, створення БД, мереж та систем, підготовка кадрів, правові основи та ін.

На етапі управління інформацією метою інформаційної політики є створення інформаційного простору країни як елемента інфосоціосфери Землі, гармонізація культурного середовища, вільного розвитку особистості в межах країн і світового товариства в цілому. Зміст – інформаційне законодавство, формування основ інформаційного суспільства, інформаційного сектора економіки, координація державного, приватного, громадського управління інформаційними процесами, екологія інформаційних систем, інформаційна безпека громадян і держави.

Наприкінці етапу інформатизації акцент інформаційної політики на державному рівні має переноситися з суто національних питань на міжнародний, міжнародний рівень. Важливим інструментом інформаційної політики є статистика щодо стану справ на інформаційному ринку, ліквідація правових та адміністративних бар'єрів на шляху доступу до внутрішніх інформаційних ринків (перш за все, проблем інтелектуальної власності й авторського права при електронній передачі інформації, захист персональних баз даних (БД), усунення можливості здійснення комп'ютерних крадіжок); розподіл повноважень між державним і приватним секторами як на національному, так і на міжнародному рівнях; спрощення доступу до інформації, яка зберігається в національних БД; робота зі споживачами інформації, впровадження стандартних інтерфейсів; розвиток міжбібліотечних зв'язків та поліпшення міжбібліотечного обміну в умовах інтенсивного впровадження новітньої інформаційної технології. На кожному етапі напрями відрізняються якісними і кількісними ознаками, масштабом цілей їх конкретної наповненості.

До основних напрямів інформаційної політики слід віднести змістовно-орієнтовані соціальні рухи щодо досягнення певних цілей у соціально-комунікативній сфері та в межах медіа простору країни. На період інформатизації завданнями цього етапу є: диференціація інформаційної галузі (виробництво ЕОМ, інформаційних технологій, систем зв'язку, телекомунікації), розвиток інформаційних систем, формування інформаційного ринку, створення правового поля інформаційної діяльності та ін. Як бачимо, вище наведені аспекти входять до професійної сфери діяльності фахівців соціально-комунікаційної сфери, що потребує певних узгоджених дій з виконання загальних завдань організаційно-технологічного розвитку соціальної комунікаційної підсистеми суспільства.

Сферою впливу інформаційної політики в сучасних умовах є індивідуально-побутовий рівень організації суспільства. Для набуття необхідної довідкової інформації медичного, комунального, культурного призначення, здійснення дистанційної освіти необхідно насичення сфери життя кожного індивіда і кожної родини засобами отримання, переробки, зберігання та передачі інформації. Інформаційна політика має стати на перешкоді антиінноваційності суспільства, яка є наслідком неінформованості. Ця сфера є головним учасником

інформаційно-комунікаційного ринку і споживання різноманітної інформаційної продукції та послуг [120]. Крім технічної складової потреб цього сектору інформаційного ринку, він є головним актором соціально-комунікаційних процесів у соціальній сфері, зокрема, в соціально-комунікаційній. В Україні з метою кардинального підвищення повноти й оперативності задоволення інформаційних потреб суспільства Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського у 1999 р. розпочала створення Національної електронної бібліотеки [142].

Поява електронної комунікації знаменувала собою чергову комунікативну революцію, яка призвела до виникнення електронної, аудіовізуальної епохи соціальних комунікацій. Електронній комунікації відводилася роль відновлення балансу між розумом і почуттями людей, що були втрачені протягом історії людства, зміною засобів відтворення навколишнього світу. Найбільш відомим дослідником початку епохи електронної комунікації вважається М. Маклюен, який проголосив завершення «ери Гутенберга» – книжко-документальної комунікації [261]. Але передвісниками становлення електронної епохи комунікації були електричні технології, поява телеграфу в середині XIX ст., потім телефону і лише на початку XX ст. виник бездротовий зв'язок (радіо) та телетрансляція [338, с. 52-54]. Завершенням процесу становлення електронної комунікації є розвиток комп'ютерної техніки та технологій з 40-х рр. XX ст.

Основу сучасної електронної комунікації складають персональні комп'ютери, телекомунікаційні системи, бази даних та Інтернет, основою функціонування яких є цифрові технології перетворення інформації. Завдяки новітнім інформаційним технологіям передача інформації стала дешевшою та швидшою, вийшла за межі локалізованих місць її генерування, стала глобальним явищем. Інтернет, взагалі, розглядається як засіб соціальної комунікації, якому приписуються великі можливості впливу на аудиторію, особливо у політичному дискурсі [394].

Епоха електронних комунікацій пов'язана з виникненням та розвитком нового інформаційного середовища, що стало основою формування концепції інформаційного суспільства, яке базується на інформаційних технологіях, інформаційній інфраструктурі та віртуальній реальності. Особливе місце в електронній комунікації посідає Інтернет. Явища електронної

комунікації складають актуальні об'єкти сучасних досліджень у численних працях [24; 42; 50; 121; 140; 164; 219].

Електронні технології створюють нові можливості відтворення образу або тексту, що складали предметну форму комунікаційної взаємодії в суспільстві тривалий час. Переведення логічного шару соціальної інформації на мову машинних кодів призвів до появи нових засобів динамічної обробки іконічних систем організації, подання і передачі знань, відчуттів, переживань. Феномен застосування електронної форми обробки інформації полягає у створенні єдиного символічного поля для більшості існуючих перших мов опису життєвих явищ [326].

Знаки та символи, що були основним засобом комунікаційної взаємодії на біосоціальному етапі, отримали нового значення в середовищі комп'ютерних технологій. Вони вивчаються в межах комп'ютерної семіотики [474]. Особливою групою знаків і знакових систем є комп'ютерна програма – опис алгоритму вирішення задачі, заданий на певній мові програмування, яке, в свою чергу, розглядається як процес породження знаків. В комп'ютерній семіотиці будь-який графічний символ (курсор, піктограма тощо), крім плану висловлення і плану змісту, передбачає також сукупність синтаксичних, семантичних і прагматичних правил оперування цим знаком. До синтаксичних правил, що описують способи його взаємодії з іншими знаками, можна віднести наступні: при наведенні курсору на гіперпосилання план вираження цього знаку змінюється – перетворюється в знак руки з вказівним пальцем. Також розглядаються семантичні, прагматичні правила використання програмно-комп'ютерних знаків [420].

Електронна комунікація була наслідком розвитку інформаційних технологій і, насамперед, автоматизованих технологій генерування, обробки, збереження, передачі та поширення документалізованої інформації. Подальший розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, а також розширення можливостей мультимедіа призвело до думок про завершення ери документальної комунікації [401; 406]. Однак, ми є свідками дії закону кумуляції комунікаційних каналів, сформульованого А. В. Соколовим [406]. Згідно з ним, в сучасній системі соціальних комунікацій уживаються як різні канали передачі інформації, так і присутні різні предмети комунікаційної діяльності, що, на нашу думку, відбиває

нерівномірний розвиток соціально-комунікаційного простору в суспільстві.

Фундамент принципово нової системи комунікаційних зв'язків склали супутники, волоконна оптика, мультимедійні технології та канали передачі інформації у будь-якому вигляді (звук, текст, зображення, цифри) на будь-яку відстань, майже миттєво [213; 323]. Незважаючи на всі передбачення науковців про заміщення електронною комунікацією попередніх форм комунікації, цього не сталося. Навпаки, ми спостерігаємо їх співіснування та, навіть, повернення до активного використання усної та письмової комунікації в новому комунікаційному середовищі [153, с. 8-9]. Отже, мова йде про чергову зміну засобу комунікації, а не про зміну її сутності. Новий засіб комунікації визначає нові характеристики комунікаційної діяльності та її технічного оснащення. Перш за все, зміни торкнулися технологій передачі соціальної інформації та предмету комунікаційної дії або діяльності.

До початку використання автоматизації процесів зберігання і пошуку інформації щодо вдосконалення систем управління організаціями поняття інформаційної системи широко не використовувалося [86, с. 161]. Відбувалося накопичення досвіду використання інформаційних технологій для відтворення різних завдань комп'ютерної обробки інформації. Поступово склалося уявлення про технологічні можливості автоматизованих інформаційних технологій, масштаби використання яких сягають будь-яких сфер суспільної діяльності. Це відповідає природі соціальної інформації, що супроводжує життєдіяльність соціуму. Під інформаційною системою, як правило, розуміють систему, призначену для збору, зберігання, обробки і пошуку інформації, необхідної для системи управління будь-якою організацією, системи проектування навчального процесу тощо, нарешті, задля задоволення потреб індивідуального споживача інформації [420]. Експериментування з засобами подання інформації, оцифрування вербалізованої інформації, вдосконалення методів програмування інформаційних операцій стали тим підґрунтям, на якому з'являлися все нові й нові модифікації інформаційних систем. Визначальним фактом їх розвитку є можливість інформаційно-технологічної інтеграції комунікаційних засобів.

Зазначимо, що в добу інформатизації багато традиційних предметів отримали нове життя в інформаційно-комунікаційних системах та системах мультимедіа, об'єднали знак, звук, рух, зображення, текст. Революція в галузі соціальних комунікацій, виникнення глобальної мережі Інтернет, розвиток засобів зв'язку і телекомунікацій стало об'єктивною причиною появи нових форм повідомлень, призначених для передачі в суспільстві. Трансформаційних змін знов зазнали всі складові соціально-комунікаційного процесу, але найбільшого впливу інформаційних технологій зазнали такі як повідомлення, канал соціальної комунікації.

Особливого методологічного значення в культурі електронної епохи набуло поняття «текст» у значенні комунікаційного повідомлення, що вільно переміщувалося в інформаційних системах. В умовах диверсифікації символічно-знакової комунікації текст почали розглядати як породження культуруотворюючої діяльності людини в усіх сферах соціального буття. Текст як інформаційне повідомлення в інформатиці має вже давню традицію подання в інформаційно-комунікаційних каналах. Н. Віннер вперше передбачив управління за допомогою інформації, що передається в системах будь-якого походження [86]. Оформлення інформації в якості повідомлення в комунікаційних каналах підвищило увагу до поняття текст. Різновиди інформаційного повідомлення (репортаж, новини, аналітика) розглядаються в предметному аспекті в журналістиці, теорії масових комунікацій.

На цьому етапі вже говорять про появу електронного документа, який на перших етапах освоєння електронного комунікаційного середовища був прямим відображенням традиційного документа на паперовому носії. Розгляду питань щодо сутності змін документу в інформаційну епоху, його характеристикам присвячені численні роботи [232; 223; 238; 459]. Слід додати, що електронне середовище та інформаційні технології, що вплинули на трансформації комунікаційного предмету, посилили значення змісту повідомлення над його формою, значення досягнення комунікаційної мети – над способами подання повідомлення.

Дослідники систематизують способи подачі та жанри нових медіа: текстові, мультимедійні, синтетичні (головна сторінка; сторінки статті, рубрики, підрубрики; другорядні сторінки; рубрикатори; варіанти ситуативної організації

контенту) [428]. Аналізуються мультимедійні статті, відеоілюстрації, відеосюжети, інтерактивне відео, подкасти, онлайн-трансляції, а також упаковки мультимедійного контенту (фотострічка, слайд шоу, аудіослайдшоу, статична, інтерактивна інфографіка та ін.).

Новий етап інформатизації соціальної діяльності – медіатизація, також відзначився як новий етап функціонування системи соціальних комунікацій та соціально-комунікаційної діяльності [196; 197; 212; 463]. Процес медіатизації починає розвиватися задовго до появи перших зображень (знаків, малюнків). Він формується з просторово-часових експериментів зі звуком, що дозволило сформувати складну диференціальну систему розрізень у сприйнятті людини. Мова йде про розвиток технології управління голосом (мова, спів), регулювання відносин за допомогою сигнальної атрибутики (форми соціальної пов'язаності) у просторових орієнтаціях Інтернету.

Організація електронної соціальної пам'яті потребує інтеграції зусиль основних учасників соціально-комунікаційних відносин, що традиційно відповідали за збереження інформації на традиційних носіях, а також інтеграції суб'єктів комунікаційної взаємодії в мережі, що відповідають за трансляцію соціально значущої інформації задля досягнення суспільних цілей. Медіатизація не торкнулася сутності тексту як комунікаційного повідомлення, але трансформувала його форму, а також процеси його виготовлення і сприйняття. Впливовість мультимедійної продукції на учасників комунікаційної взаємодії ще потребує свого ретельного вивчення. Початок цьому вже покладено, про що свідчать відповідні публікації [280; 336; 364; 422; 440; 454; 463]. Але виникає нагальна потреба у більш цілеспрямованому вивченні явищ медіа простору з позицій єдності соціально-комунікаційного процесу і відповідної єдності принципів соціально-комунікаційної діяльності.

У літературі, присвяченій медіа-простору масових комунікацій відзначається, що в процесі інформаційної взаємодії беруть участь і комунікат, і комунікант, а форма подачі повідомлень істотно змінюється. Так про це пише В. В. Різун: «Сфера масового комунікування як спілкування з масами починає співіснувати й інтегруватися зі сферою спілкування в середині маси» [379, с. 20]. З одного боку, віртуальна

комунікація полегшує нерівноправність в масовій комунікації, а з іншого боку, «віртуальна комунікація стає непрофесійною масовою комунікацією, коли всі є в середовищі Інтернету журналістами, політиками, агітаторами, пропагандистами тощо» [там же, с. 21].

Фахівці та практики піднімають питання про такі форми комунікаційного предмета, які виходять з мережевих контактів (соціальних мереж, чатів, форумів, блогів), і швидко переходять у предметні форми діяльності професійних комунікаторів. З одного боку, самі одержувачі інформації стають співробітниками комунікаційних повідомлень, перетворюючи наявні в електронному просторі комунікаційні форми, а також виступають замовниками нових медіа-продуктів [428]. Це створює ситуацію, коли професійні комунікатори повинні відстежувати зміни в потребах аудиторії, реагувати на них. Вони повинні враховувати не лише свою роботу для конкретних медіа-платформ, але і диференціювати потреби аудиторії, а також враховувати її інтереси і уподобання, спакувувати інформацію в прийнятні для аудиторії форми медіа-продукту. Все частіше інформація вимагає своєї подачі паралельно подіям – он-лайн, мультимедійно і мультиформатно [там же].

Є визнаним той факт, що нові технологічні можливості електронної комунікації включають в себе елементи трансформації комунікаційних засобів, що постійно змінюються [61; 75]. Процес змін є достатньо динамічним і поступово проявляється вже як системний вплив на всі складові соціальної комунікації. В той же час, як зауважують дослідники, технічні аспекти сучасної комунікації, розширення сфери електронної комунікації не змінюють сутності комунікації, оскільки це є прояв системних механізмів сучасного суспільства [249; 478; 492; 507; 515]. Оскільки підсистема масових комунікацій складає широке поле суспільної взаємодії, саме там визначаються вражаючі трансформаційні зміни, що взагалі змінюють загальні схеми комунікації як культуротворчого процесу.

У 60-ті роки велике враження справила концепція цивілізаційного процесу М. Маклюена. Електронна комунікація, яка відновлює баланс між розумом і почуттями, долає роз'єднаність і агресивність психічно деформованих індивідів, в кінцевому підсумку перетворює нашу планету в єдине «глобальне селище», що користується благами «гармонійної

комунікації» і високої культури. Науковець відобразив всесвітній масштаб впливу електронного комунікаційного середовища, що стало головним фактором соціально-культурного розвитку в усіх сферах суспільного життя без винятку. Нова епоха призвела до змін субстанціональності комунікаційного предмету. Папери, що склали основу документальної комунікації, були замінені на безпаперову комунікацію.

Ідею «безпаперового суспільства» виказував український науковець, академік Глушков В. М. [101]. Подібні думки розвивав П. У. Ланкастер, який накреслив перспективи бібліотечної справи в «безпаперовому майбутньому», коли поширення «безпаперового» сервісу призведе до «дематеріалізації» бібліотечних фондів [496]. Однак, не помічається витіснення електронними комунікаціями документальних комунікаційних каналів [401].

Перехід на інформаційну стадію функціонування соціально-комунікаційної системи суспільства, що була пов'язана із впровадженням електронних засобів комунікації, додав потреби у пошуках нових цільових характеристик комунікаційних систем. Мається на увазі поява інформаційних систем нового інформаційного простору соціальної взаємодії. Наука та сфера соціального управління стали об'єктами комунікаційних відносин з використанням різного роду автоматизованих інформаційних систем: інформаційно-пошукових, обчислювально-статистичних, Інформаційно-довідкових, управлінчих [213]. Збирання, ресстрація, передача інформації в умовах автоматизації стала вже не метою, а окремими операціями в комунікаційному процесі, що в умовах інформаційного простору сучасності реалізуються в усіх комунікаційних підсистемах або структурах. Техносфера стала первинним середовищем комунікаційного простору де сформувалися інтеграційні тенденції соціально-комунікаційної діяльності.

На нашу думку, саме в сфері науково-технічної інформації найбільшого обґрунтування отримав такий важливий елемент соціально-комунікаційної діяльності як мета. Цілі інформаційної діяльності досліджувалися у роботах [213; 180], а також в бібліотечній сфері [123; 183]. Метою інформаційних систем вважається задоволення інформаційних потреб, що виникають в процесі суспільно-значущої практики. Інформація постає як

продукт, отримання якого потребує витрат суспільно корисної праці незалежно від того, в якій сфері суспільної діяльності він продукується, зокрема і в окремих галузях комунікаційної діяльності (бібліотеки, музеї, ЗМК, сфера державного управління, політика, освіта і т. ін.).

Дослідники розкривають механізм функціонування соціально-комунікаційного інституту через цілі, завдання, ідеали, що свідомо формулюються і задаються в системі комунікаційної діяльності. В різні епохи існують різні підходи до розуміння цілей, засобів та завдань СКД, що, в цілому, є вираженням потреб суспільства та ролі суб'єкту і вимог до нього в суспільній діяльності. Розширення комунікаційних цілей в електронну епоху відбувається за рахунок розвитку інформаційних систем. Тут можна враховувати різні види інформаційних систем, що поділяються на: 1) системи, що зберігають інформацію; 2) системи, що аналізують інформацію; 3) системи, що продукують рішення; 4) системи, що транслюють інформацію; 5) системи, що презентують інформацію, органічно вписані у повсякденну працю бібліотекарів, журналістів, викладачів, управлінців і т. д. [213]. Всі вони стають сферами професійної діяльності інформаційних фахівців, спеціалізація яких відбувається за цільовим спрямуванням інформаційних систем. Крім того, в електронному середовищі виникають сервіси – соціальні мережі, що дозволяють залучити пересічних громадян до комунікаційного процесу [3; 237; 240; 440].

Поширення інформаційних систем склало основу інформатизації й стимулювало розвиток прикладних програмних підсистем, що були орієнтовані на збір, зберігання, пошук та обробку текстової та/або фактографічної інформації в усіх соціальних підсистемах. Це слід розглядати також як фактор поширення соціально-комунікаційної діяльності в суспільних підсистемах. Почали створюватися автоматизовані документально-інформаційні системи, автоматизовані бібліотечні системи, бібліографічні системи, географічні та геологічні системи, експертні системи в різних галузях соціальної діяльності. Крім того, це стало початком інтеграційних тенденцій в соціально-комунікаційній системі суспільства.

Переважає більшість інформаційних систем, до складу яких включені такі типові програмні компоненти як «діалоговий

ввід-вивід», «логіка діалогу», «прикладна логіка обробки даних», «логіка управління даними», «операції маніпулювання файлами і/або базами даних», працюють у режимі діалогу з користувачем» [352, с. 24]. Використання інформаційних систем в різних сферах суспільної діяльності стимулювало вивчення особливостей взаємодії людини з комп'ютерною системою. Найбільш відомими є підходи «комп'ютер як партнер по діалогу» і «комп'ютер як посередник». Підхід «комп'ютер як партнер по діалогу» розглядає процес взаємодії між людиною і комп'ютером як процес спілкування, що реалізується через певну середу – користувальницький інтерфейс. Комп'ютерна система постає інтелектуальним партнером, а не інструментом, як у підході «комп'ютер як посередник», з точки зору якого комп'ютер – це лише канал зв'язку, що дозволяє людині спілкуватися з іншою людиною. Ці два підходи доповнюють один одного, відображаючи багатоаспектність відносин, що виникають між людиною і машиною [501].

За допомогою зовнішніх пристроїв (монітор, клавіатура тощо) відбувається взаємодія користувача з комп'ютерною системою на підставі певного алгоритму, вбудованого в керуючу програму, в якій виділяються два компоненти: система зовнішнього діалогу, що забезпечує взаємодію користувача і комп'ютера, а також система внутрішнього діалогу, що забезпечує зв'язок керуючої програми з програмами спеціального призначення. Вдосконалення систем взаємодії користувачів з комп'ютером призвело до розробки дружнього інтерфейсу, значно поліпшило техніку роботи з комп'ютером, що стало важливою умовою адаптації людини до комп'ютерного середовища, а згодом і до мультимедійного середовища на новому етапі інформатизації культури.

Сукупність способів організації системи зовнішнього діалогу іменується користувальницьким інтерфейсом, який зазвичай визначається як складова частина діалогу, спрямована безпосередньо на людину. Отже, при вирішенні проблеми створення найбільш дружнього інтерфейсу слід враховувати як характер взаємодії людини з комп'ютерною системою, так і специфіку самого користувача – його знання, вміння, потреби тощо. При цьому питання дизайну комп'ютерних систем обговорюються з різних точок зору: організаційної, філософської, політичної, психологічної, технічної та ін. [420].

Ми вже зверталися до робіт Д. В. Галкіна, який здійснив аналіз історико-культурних теоретичних праць з питань техно-художньої гібридизації як однієї з фундаментальних тенденцій культурної динаміки ХХ століття [92]. Взаємодія мистецтва та технології розглядається автором з точки зору технологізації мистецтва та естетизації комунікаційних технологій на початку ХХІ століття в умовах медіатизації соціально-комунікаційного простору сучасності.

Сьогодні поняття «медіа» застосовується для характеристики мовних інтегрованих технологій, які об'єднують графіку, анімацію, фото, відео, звук в єдиному цифровому форматі. Цей список знакових референтів розширюється за рахунок розвитку методів маркування художнього тексту засобами біогенного мистецтва. Різновидом медіа є феномен мультимедійності. Сьогодні у формі мультимедійних потоків ми зустрічаємося з плодами еволюції художніх форм комунікації та інтермедіальних практик, які багато в чому вдосконалюють століттями складений історичний досвід конструювання соціальної реальності. Дослідники вважають мультимедійні коди домінуючою формою комунікаційного обміну, засобом символізації комунікаційних повідомлень, віртуалізації свідомості сучасної людини. Мультимедійні коди значно впливають на сприйняття та розуміння соціальної інформації, що транслюється в комунікаційних каналах суспільства за допомогою мультимедійних технологій та засобів.

Розвиток виразних властивостей мови мультимедійного простору, що стали основою системи соціальних комунікацій в суспільстві, призвів до нової комунікаційної ситуації. Вона зумовлювалася інтеграцією засобів комунікаційної діяльності та давала поштовх щодо розвитку внутрішнього потенціалу соціальних комунікацій. Роль мови мультимедіа у передачі смислових, інтелектуально-емоційних конструкцій передбачає її цільове застосування та знання всіх переваг і недоліків, що пов'язані з особливостями і соціальним призначенням соціально-комунікаційного зв'язку в просторі суспільної діяльності в цілому.

Медіа мова має нелінійний характер і значно більші можливості, ніж мови різних форм комунікації відносно застосування логіки різноманітних соціокультурних моделей опису реальності. Взаємодія з використанням мови медіа комунікації викликає потребу нового сприйняття культурної

динаміки, що зумовлюється мережевою природою суспільних зв'язків [17; 49-51; 175; 480].

Осмислення природи інтермедіальності сприяло формуванню нового мистецького середовища та актуалізації становлення системи художньої комунікації [37; 68; 205; 206; 344; 422; 477; 481; 482; 502; 504; 507; 519]. У новій соціально-комунікаційній ситуації стало можливим користуватися більш насиченими повідомленнями, що поєднують чуттєвий та розумовий елементи подання смислів. Комбінування тексту, звуку, зображення в одному повідомленні посилює вплив на учасників комунікаційної взаємодії. Виникла ситуація наближення уявлень про культурні коди, що закладені у мережеві мовні засоби.

Багато в чому нова соціально-комунікаційна ситуація нагадує процеси, що були пов'язані з розвитком системи художніх комунікацій, які завжди тяжіли до продукування культурних універсалій. На базі цифрових технологій художня комунікація набула нових репрезентаційних можливостей. В електронних сховищах можуть знаходитися величезні обсяги іконічної й аудіальної інформації (телепередачі, кінофільми, записи промов, доповідей, тексти документів, креслення, малюнки, картини тощо), забезпечуючи доступ до них як до соціально-культурного ресурсу кожному бажаночому [197; 325; 463].

Розвиток нових форм мистецької комунікації створює передумови для розвитку істини почуттів і формування нових форм сприйнятливості [162]. У цих умовах загострюється проблема розуміння природи комунікативної дії в мистецькому середовищі. У своїх роботах Д. Булатов зазначає, що розвинені комунікації викликали кризу традиційної мови культури, канали якої перестали збігатися з колишньою просторовою структурою. Основним комунікаційним інструментом стає мова, головним змістом якої виступає операційна взаємодія на рівні ментальних рухів та фізіологічні реакції. [65] У роботах Р. Барбрука і Е. Камерона ми зустрічаємо романтико-просвітницький підхід до оцінки ресурсів і потенціалу мультимедійних технологій, реалізованих на платформах системи глобальної мережевої комунікації [25; 27]. Дослідники припускають, що медіа мова відкриває можливості для освоєння новаторських форм знання,

комунікації, які дозволять людям вчитися один у одного в кіберпросторі, змінюючи світ на краще.

Впровадження електронної техніки і технологій в комунікаційну сферу вплинуло на стан існуючих комунікаційних дисциплін. Звісно, що основною сферою змін стало техніко-технологічне інформаційно-комунікаційне знання [213]. Інформатизація соціально-діяльній сфері викликала потребу у переформатуванні предметно-дисциплінарного устрою в сфері підготовки комунікаційних технологів. Першим кроком в інтеграції інформаційно-комп'ютерного знання була поява e-Science [345]. Основу реалізації завдань e-Science складають ґрід - технології, які часто називають Grid Computing (Див. <http://www.escience.am>, <http://www.nesc.ac.uk>), що знаменували собою проявлення когнітивно насиченого простору комунікаційної взаємодії, вдосконалення медіа мови у відповідності до можливостей генерування і подання інформації та знань. Додамо, що це відповідає також і пошукам спрощення медіа мови як засобу спілкування та комунікації для широкого кола користувачів.

Відомим проектом в сфері ґрід-технологій є проект EGEE – Enabling Grids for E-science, що спрямований на створення міжнародної ґрід-інфраструктури (Проект фінансувався Європейською комісією в рамках 6-ї Рамочної програми IST FP6. Детальніше про проект див.: <http://www.eu-egee.org/>). Учасниками проекту є 27 країн, що представлені 70 інститутами. Метою проекту є створення комунікаційного середовища великої обчислювальної потужності у вигляді загального ринку цілодобового комп'ютингу. Нові комунікаційні явища свідчать про подальший прогрес у сфері комунікаційної діяльності, що налаштовує на вивчення її організаційних форм, змісту, підготовки кадрів тощо. Слід пояснити, що e-Science передбачає не лише використання розподілених інформаційних ресурсів, що представлені в мережі, але і значно поліпшує взаємодію вчених між собою, а також створює можливості взаємодії з фахівцями ІКТ [54, 341]. До технології e-Science включають обробку зображень, тексту стародавніх манускриптів, інтеграцію національних баз даних за матеріалами археологічних експедицій, комп'ютерне моделювання середньовічних битв, використання 3-D сканування для аналізу поверхні об'єктів музейного зберігання [там же]. Також виникають локальні, національні проекти у

Великобританії, Голландії, Німеччині з оцифрування об'єктів культурної спадщини [54].

Важливо зауважити, що в останні роки розпочато розробку засобів підтримки грид вже на рівні стандартів і продуктів. Таким чином, ситуацію можна порівняти зі станом мережі WWW наприкінці 1990-х рр. Фахівці пророкують, що Grid-технології мають також революційне значення в сфері обробки даних, як Інтернет у 80-ті рр. XX століття. Grid-технології – це нові можливості ефективного поширення інформації та навчання з доступом до великих ресурсів. Завдяки сучасним ІКТ в освіті, доступ до грид-інфраструктури отримують школи і ВНЗ, дослідницькі групи і широке коло користувачів різних додатків, що призведе до якісних змін у навчальному процесі, наукових дослідженнях і, в кінцевому підсумку, в різних видах економічної діяльності. Таким чином, можна сказати, що електронний засіб комунікації має значний вплив на всі складові комунікаційного процесу і викликає значні трансформації його складових, що входять до структури сфери соціально-комунікаційної діяльності. Електронна комунікація формує нове середовище соціальної взаємодії. Структурні зміни в системі соціальних комунікацій розглядаються Т. О'Рейлі (<http://old.computerra.ru/Authors/233481/>). Він аналізує тенденцію об'єднання сайтів на основі загальних принципів і формування на цій основі різних Інтернет-спільнот: Вікі – технологія колективного створення гіпертексту; Flickr – соціальний фотосервіс; YouTube – соціальний відеосервіс; Google Maps – карти і супутникові знімки Землі; Blogs – мережеві щоденники; Del.icio.us – он-лайн закладки; Netvibes – мережевий десктоп та ін. Операційне середовище електронних технологій дозволяє ставити й вирішувати нові завдання з впорядкування та подання наявних відомостей, знаходити нові резерви у розумінні традицій трактування образів, метафор, подій. Ця рухливість носить суто комунікативні властивості. Сторінка в Інтернеті (сайт), який не оновлюється, згідно з нормами мережі, вважається мертвим. Його презентативні якості якийсь час залишаються значущими, але принцип комунікативної спроможності порушується.

Електронна комунікація з'являється, коли основним матеріальним носієм текстів є не писемність, а «екранність». Ця культура заснована не на лінійному, тобто витягнутому в рядок листі, а на тимчасовому потоці екранних зображень, який вільно

вміщує в себе поведінку і мовлення персонажів, анімаційне моделювання, письмові тексти та багато іншого. Основною ознакою екранної культури, що якісно відрізняє її від книжкової і наближає до початкового типу людських культур – культури особистого контакту, є динамічний, щомиті змінюваний, діалоговий характер взаємовідносин екранного тексту з партнером. Відміною електронної комунікації є не стільки опосередкованість екраном, яка є і у разі відеотелефона або промислового телебачення, не кажучи вже про кіно, скільки факт спілкування не з людиною, а з електронною пам'яттю, точніше – зі смислами, що знаходяться в інформаційно-логічному просторі, утвореному мережею. Отже, соціальна пам'ять збагачується новим компонентом, що раніше був відсутнім.

Як вже вказувалося у п. 1. 1., глобалізації комунікаційної сфери суспільства, зокрема поява Інтернет, змінили традиційно існуючі форми комунікативного предмета в середовищі масових комунікацій. При цьому розширилися не лише форми повідомлень, але і жанрово-стилістичне наповнення, що стало результатом нових технологій обробки, переробки та подання інформації в електронному середовищі. До них можна віднести: документальний матеріал (зйомка/запис); поради; календар подій; аналітику; ексклюзив; оглядові статті; висвітлення планових подій; прогнози; репортажі з місця подій; історичний матеріал; інтерв'ю; опитування; прес-релізи; дайджести преси; біографічні нариси; цитати; спеціальні репортажі; трансляції і стенограми; запис голосу [349].

Насамперед, необхідно зазначити, що Інтернет надає унікальну можливість поєднати комунікацію й автокомунікацію: тексти, що посилаються іншому, одночасно стають доступні і адресату, і адресанту. Те, що зазвичай рознесене в часі і, відповідно, вимагає поділу ролей, в Інтернеті реалізується «тут і зараз». Поява автокомунікації (пов'язана з вибуховим відродженням епістолярного жанру) принципово змінює психологічні умови для користувача як особистості [454].

В умовах інтерактивних комунікаційних мереж і коштів, що конвертуються, формуються супертекст і метамова, які вперше в історії об'єднують в одній і тій же системі письмові, усні та аудіовізуальні засоби людської комунікації. Потенційна інтеграція в одній і тій же системі текстів, зображень,

взаємодіючих з безлічі різних точок, в обраний час (в режимі реального часу або з запізненням) в глобальній мережі фундаментально змінюють характер комунікації [333].

В умовах нових медіа значно зросла важливість зворотного зв'язку між суб'єктами комунікації, миттєвого реагування на повідомлення, вибору відповідної моделі поведінки, знання правил комунікаційної поведінки. Актуальним стає питання однакового розуміння одних й тих самих речей, що складають зміст повідомлень. Крім того, нові медіа відкрили нове значення контролю у процесах соціально-комунікаційної діяльності в умовах не лише безмежного доступу до інформації будь-ким, але і участю будь-кого в процесах наповнення мережі своїми повідомленнями. Відповідальність в мережі, на наш погляд, є майже не головним показником інформаційної культури та обізнаності учасників комунікаційного процесу.

В умовах електронної комунікації виникають нові можливості здійснення традиційної форми соціальної взаємодії, до яких ми відносимо спілкування. Поширеним стає тип спілкування людини з машиною – комп'ютером [157; 158]. Зільберман М. М. розглядає форми мовної взаємодії, застосовувані програмами-чат-роботами (віртуальними співрозмовниками), використання технологій чат-роботів при формуванні говоріння у викладенні іноземної мови [157]. Автор розглядає питання імітації комунікативного процесу з використанням програм, здатних здійснювати природну комунікацію з людиною, чат-роботи.

В умовах електронної комунікації зберігаються також і традиційні форми комунікаційної взаємодії, до яких відносять діалог та монолог. Діалог є основною мовною формою, яку використовує машина. Це пояснюється принципом дії чат-роботів, а саме їх реакцією на висловлювання людини. Монолог з чат-роботами використовується як складовий елемент діалогу, що відповідає нормам людської комунікації, але він використовує спочатку закладені в базу фрагменти. Як правило, розробники закладають такі фрагменти, які можуть бути розгорнутими відповідями на певний набір питань. Монологова форма електронної комунікації активно використовується в комерційних чат-ботах з метою реклами продукту або послуги. Але, можна додати, що технології синтезу монологічного

висловлювання закладені у засоби автоматичного реферування великих обсягів текстів.

Електронна комунікація набуває певних просторових ознак і має свій електронний «інтер'єр». Зокрема, комунікація чат-робота і людини відбувається або в онлайн-діалоговому режимі, або в просторі чат-кімнат, де чат-роботи ініціюють нові діалоги, але не втручаються в розмову «свідомо». До бази знань таких інтелектуальних систем цілком закладаються основні мовні стратегії ведення діалогу, починаючи з висловлювань мовленнєвого етикету (вітання, вибачення, прохання дозволу втрутитися) і закінчуючи більш складними змістовно наповненими структурами.

Зрозуміло, що комп'ютер не використовує мовні форми трилогу і полілогу. На даний момент технології дозволяють розширити функціональні можливості віртуальних співрозмовників, включивши в них основні стратегії трилогу і полілогу. На наш погляд, це питання програмування та комп'ютерної лінгвістики. Безперечно, це потребує додаткових спеціальних лінгвістичних досліджень. Розширення діапазону використання мовних форм в програмах природної комунікації дозволить більшою мірою просунути в розробці систем віртуальних співрозмовників, більш наближених до людської комунікації.

Багато питань комп'ютерної комунікації поступово вирішуються. Значно вдосконалилися програми підтримки чат-комунікації в блогах та інтернет-месенджерах. Аргументом на користь використання чат-ботами мовленнєвої форми діалогу є їх прикладне комерційне застосування, зокрема, реалізація таких технологій в діалогових системах, наприклад, в системах віртуальної довідки або анкетування. В публікаціях можна зустріти порівняння використання кнопки «like» або «share», що використовується при комп'ютерній комунікації, з першими знаряддями праці, які колись теж розширили фізичний функціонал людини [274].

Інтерпретація є формою пізнання світу, особливим способом кореляції свідомості та дійсності. Будь-яку спробу створення інтерпретативної конструкції можна сприймати як смислотворчий акт, орієнтований на пошук ідеальних планів вираження. Ця особливість дозволяє говорити про інтерпретативну діяльність як про форму естетичного пошуку. В більш вузькому значенні інтерпретація розуміється як

особливий тип суб'єктивного ментального досвіду [195]. Однак процедури інтерпретації явищ життєвого світу ніколи не обмежуються суто розумовими актами, а включають в себе опрацювання інтуїтивних імпульсів, що надходять із надр свідомості. В інформаційному аспекті інтерпретація – це процес освоєння людьми культурної спадщини і різної інформації, але використання широкої інформаційної бази не є самоціллю. «Первинне смислове визначення деякого об'єкта збагачується або заміщається іншим смисловим визначенням, здійснюваним в рамках більш багатой системи уявлень. Перехід від одного з описів до іншого становить суть процедури інтерпретації» [136, с. 139-140]. Процес трансформації описових середовищ протікає на основі взаємодії двох репрезентативних форм. Перша забезпечує здатність до більшої уніфікації описуваних явищ, друга – дозволяє побачити їх абсолютну унікальність [там же, с. 151]. До вищесказаного слід додати такі аспекти мережевого дизайну як інтерактивні фотопанорами, в яких відвідувач користується засобами навігації, може змінювати напрямок погляду або розглядати предмет з різних ракурсів або сам повертатися в просторі. Ці перцептивні практики виступають прикладом мультимодального ефекту, що породжується відносинами площини і простору.

Зміна просторово-часової моделі культури під впливом розвитку мережевих комунікаційних технологій призводить до нового досвіду відтворення суспільної реальності і засвоєння нових культурних форм. У результаті активної трансформації традиційних комунікаційних структур і зв'язків у системах соціального обміну змінюються інтерпретативні практики. До їх особливостей належить породження «вторинного» міфологізованого тексту як світоглядної реконструкції мережевого простору. Деякі дослідники розглядають Інтернет як сучасну метафору, що втілює в собі конструктивні особливості накопиченого людством досвіду перцептивно-лінгвістичної комунікативності [240]. Разом з тим, поки що немає однозначності в розумінні глибинних механізмів соціальної взаємодії в мережевому середовищі. Неоднозначно сприймається думка про те, що мережева комунікація сприяє розширенню контакту людини з навколишнім світом, а також з самою собою, оскільки мова йде про заміщення традиційних форм комунікації [17].

Комп'ютерні технології є основою сучасних художніх практик. Раніше, на початковому етапі інформатизації прямого впливу електронних технологій на світ мистецтва та культури не відчувалося. Образотворча комунікація з впровадженням комп'ютерних технологій увійшла до системи соціально-комунікаційної діяльності. Все більше дослідників звертаються до наукової аргументації зближення діяльнісно-функціонального, діяльнісно-технологічного та діяльнісно-субстанціонального аспектів всіх сфер комунікаційної діяльності в суспільстві. Хоча і слід пам'ятати про дію закону кумуляції комунікативних каналів [401; 406], а також закономірності розвитку соціально-комунікаційної діяльності, що були сформульовані у роботі [176].

Існує велика кількість естетичних інтерпретацій інтерактивності в мистецтві та естетичній теорії: Джека Бернема «Beyond Modern Sculpture» (1978), Гордона Паска і Майкла Ноллома [477; 502; 503]. Американський медіа-художник і теоретик мистецтва Стівен Вілсон у книзі «Інформаційне мистецтво» пропонує оригінальний підхід до інтерактивності як технокультурної форми постмодерністського світу [520]. Автор описує комплексні зв'язки і відносини між мистецтвом і науковим знанням, включаючи кібернетику, а точніше – внутрішню інтерактивність між різними галузями культури.

У своєму дослідженні Л. Манович систематизує фундаментальні естетичні характеристики мейнстріму комп'ютерної культури 1990-х, акцентуючи увагу на її пост-сінематичній візуальності [499]. З точки зору автора, інтерактивності належить більш широка культурна форма – культурного інтерфейсу, інтерактивність якого є функціональним механізмом культурного виробництва і споживання (фільтрація, теледії, створення ілюзій, навігація в просторі даних). Також, розглядаючи дослідження Л. Мановича, Галкін Д. В. додає, що ідея інтерактивності втратила свій початковий сенс життєподібної поведінки і стала механічним, функціональним елементом сучасної цифрової культури [92]. З погляду цих загальних установок нежива машина з кібернетичними механізмами зворотного зв'язку фундаментально подібна живому організму. Художники хотіли створити «штучне життя». Їх приваблювала можливість революційної зміни позиції аудиторії – від пасивного глядача до активного учасника, співавтора, здатного трансформувати сам

твір мистецтва (ця посилка, очевидно, інтегрує кібернетику в парадигму модернізму) [91].

Поняття інтерпретації та мережевої комунікації взагалі широко використовується в усіх сферах виникнення комунікаційних відносин. Особливою сферою при цьому стає медіа простір, що створює можливості гібридизації як засобів генерування комунікаційних повідомлень, так і засобів їх представлення в мережі. Додамо, що сама мережа розглядається як єдиний мультимедійний канал презентування соціально-культурного досвіду. Галкін Д. В. вважає, що у ранньому кібернетичному мистецтві є найбільш повна, яка випередила свій час, концептуалізація інтерактивності. Серед відносно недавніх робіт, в яких ми знаходимо ретельний аналіз ранньої естетики інтерактивності, слід виділити публікації Пітера Каріані про Гордона Паска та його експерименти з електрохімічними пристроями [479]. Сьогодні ми спостерігаємо нові тенденції у розвитку цих ідей, пошук можливих варіантів релевантності художньої діяльності відносно автогенерації механізмів сприйняття реальності. Слід підкреслити, що інформаційно-комунікаційна діяльність з подальшим прогресом технологій отримує значні трансформації. Перш за все, вона також підпадає у своєму зовнішньому контурі під вплив загально-технологічних змін суспільного виробництва.

Інформатизація, медіатизація суспільного виробництва вплинула на організаційно-функціональний устрій комунікаційного виробництва. І, хоча, в цілому це ще не визнається професійною спільнотою, факт змін є. Свідченням поступового усвідомлення інтеграційного впливу мультимедіа є як узагальнюючі праці стосовно соціально-комунікаційної підсистеми суспільства, так і праці, що стосуються підсистемних змін. Зміна технологічного способу комунікаційного виробництва створює умови щодо напрацювання нового медіа продукту. Складаються можливості розробки нових імітаційних форм, моделей, проєктів в мережевому просторі, що значно перевершують за якістю та споживацькими властивостями друковані носії і форми представлення інформації. Медіа простір викликає потребу переосмислення проблеми співвідношення тексту і візуальних форм подання інформації, стійких та динамічних форм сприйняття, на що звертає увагу Дж. Він [75, с. 33].

Продуктивними формами електронного виробництва вважаються Web-сайт і Web-сторінки, що розглядаються як модель поведінки суб'єкту комунікації, орієнтовану на ефективну взаємодію [75, с. 27]. Автор вважає, що ця модель формується на основі широкого використання засобів візуального і динамічного подання інформації, а також виступає конкурентним джерелом наочних даних та самостійним комунікативним агентом. При цьому підкреслюється, що засоби мультимедіа – звук, відео, анімація – не можуть забезпечити повноту комунікативного сервісу, якщо порушені принципи естетичного сприйняття інформації або виявилася недосконалість розробленої моделі поведінки сайту.

Комунікативний продукт в системі мережевого електронного виробництва стає результатом вторинного моделювання образу об'єкта засобами електронних технологій. У процесі комп'ютерного моделювання основою процесу виявляється не тільки обробка, структурування, подання ретроспективної та поточної інформації, але й пошук форм ефективної комунікації, який неможливий поза вивченням особливостей різних інтерпретаційних практик.

Сучасні інформаційні та комунікаційні технології дозволяють змінювати естетичний інтер'єр діяльності, розширювати досвід розробки віртуальних іміджів, здійснювати просторові експерименти з образами, формувати глобальну сцену для презентації різноманітних суспільних та мистецьких проєктів, а також створювати умови для реорганізації традиційної системи комунікацій. Розширюється досвід конструювання реальності, що на думку дослідників, потрібно сприймати і як освоєння способів її дослідження, як це демонструється у численних роботах фахівців різних сфер.

Соціально-комунікаційна система, що утворилася на початок XXI ст., стала основою реформатування соціальних відносин. Особливою ланкою соціально-комунікаційної діяльності стає сфера відносин глобальних атракторів: влади і суспільства [397].

Таким чином, сучасні електронні комунікаційні системи на основі мультимедіа відтворюють елементи різних мовних і не мовних учасників соціальної взаємодії, роблять можливим комплексування мовних рядів різних видів соціальної комунікації. Крім того, вони комплексують всі природні модальності сприйняття людиною реальності, тим самим

зумовлюють становлення мультимодального соціально-комунікаційного простору як нової суспільної реальності. Стан функціонування і тенденції розвитку соціально-комунікаційної діяльності робить реальними гіпотетичні припущення В. О. Ільганаєвої щодо завершення глобального еволюційного циклу в соціально-комунікаційній підсистемі суспільства.

Технічні аспекти сучасної комунікації, розширення сфери електронної комунікації не змінюють сутності комунікації, оскільки це є прояв системних механізмів розвитку сучасного суспільства та основа становлення соціальної системи соціальних комунікацій. Аналіз основних особливостей структурно-функціональних змін соціально-комунікаційної діяльності дозволяють розрізнити значення електронного засобу комунікації і засобу електронного комунікаційного виробництва.

У структурно-функціональному плані основних змін зазнали такі елементи соціально-комунікаційної діяльності як засіб комунікації, знаряддя комунікації, предмет комунікації та форми представлення результату комунікаційної діяльності. Засіб комунікації електронної епохи інтегрує у собі всі доступні людині засоби взаємодії (звук, рух, зображення, текст), що комплексно подаються в мультисенсорних каналах медіа-комунікацій. Характерною ознакою знарядь соціальної комунікації в електронну епоху є інформаційно-комунікаційні технології на основі комп'ютерної техніки, що складають основу автоматизованої соціально-комунікаційної діяльності. Зміну предмета соціально-комунікаційної діяльності від документу до когнітивних структур як результату комбінування знаково-символьної інформації відображення результатів інтелектуальної обробки сигналів. Розгляд існуючих форм представлення результату соціальної комунікації, подання повідомлень, що містять зміст, у комунікаційних каналах дозволяє зробити висновок про те, що під впливом зростаючих потреб суспільства, форми подання інформації видозмінювалися відповідно з новими способами і технологіями, а також субстанціональними особливостями результатів мислення людей.

Функціональні зміни соціально-комунікаційної діяльності істотно торкнулися лише розподілу ролей комунікаційного процесу. Спостерігається розмивання границь між комунікантами та комунікатами, професійними комунікаторами

і масами одержувачів та споживачів комунікаційних повідомлень.

Перспектива поглиблень досліджень трансформації соціально-комунікаційної діяльності в електронну епоху вбачається у напрямі уточнення значення та змісту такого важливого елементу як мета соціально-комунікаційної діяльності, визначення функціонального ставлення до неї різних соціально-комунікаційних структур та особливостей прояву її досягнень в межах їх діяльності, а також предметності комунікаційної діяльності, що пов'язано з вивченням впливу змін змістовної сторони переданих повідомлень, виявленням переваг і можливостей новітніх презентацій смислів, нових форм організації контенту, його впливу на аудиторії.

РОЗДІЛ 3. МОДЕЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ЇЇ РОЗВИТКУ

3.1. Інформаційно-комунікаційний процес як основа становлення соціально-комунікаційної діяльності

У Розділі 2 були розглянуті різні засоби соціальної комунікації, що в історичному процесі становлення суспільства опосередковували суспільні відносини і склали в своїй сукупності цільові, технологічні, функціональні, організаційні, управлінчі засади соціально-комунікаційної діяльності. Використання різних прийомів щодо підтримання комунікативного процесу й факторів, які сприяють впливу засобів соціальної комунікації на індивідів або соціальні групи, дозволяє спрямовувати процес передачі, обміну інформацією та знанням комунікаційними каналами, скеровувати суспільно значущу інформацію на різні аудиторії, а також досягти поставлених цілей.

Електронна епоха соціальних комунікацій створила певні умови щодо перегляду багатьох схем комунікаційного процесу під впливом змін параметрів його складових елементів. Це складає основи нових досліджень та трактувань щодо моделювання комунікаційного процесу в різних сферах суспільної діяльності. Фахівці різних соціально-комунікаційних сфер зазначають це в своїх працях, де розглядають зміни комунікаційного процесу в технологіях комунікації, контенті, що передається, а також його використання в комунікаційних каналах [161; 212; 288; 289; 414; 484]. Основу соціально-комунікаційної діяльності складає комунікаційний процес, що

включає в себе динамічну зміну етапів формування, передачі, прийому, розшифровки та використання інформації в обох напрямках при взаємодії комунікантів. Процес обміну інформацією починається з її формування [125; 458; 464]. Окремим питанням при розгляді змін в комунікаційному процесі, яке визначає загальну роль комунікаційної діяльності в суспільстві, є питання сприйняття та розуміння інформації, що передається. Це стосується як традиційних комунікаційних сфер (бібліотекознавства, бібліографознавства, масової комунікації), так і мистецької комунікації, що міцно увійшла до сфери комунікаційної діяльності в добу інформаційного суспільства [503; 512; 646].

Поняття «комунікаційний процес» широко використовується в спеціальній літературі. Представники різних напрямів вивчення соціальної комунікації вважають це поняття ключовим задля розуміння її місця, ролі й значення в соціокультурних процесах функціонування та розвитку суспільства, формуванні суспільних відносин на засадах демократизації, прозорості й рівноваги: Г. М. Андреева, Ф. С. Бацевич, М. А. Василик, С. М. Квіт, Н. Луман, Г. Г. Почепцов, В. В. Різун, А. В. Соколов, Ф. І. Шарков, В. П. Конецька та інші. Всі ці праці створюють необхідне підґрунтя аналізу визначення та використання цього поняття в межах визначеної мети монографічного дослідження.

Звернення до поняття «комунікаційний процес» завжди присутнє при визначенні комунікації. Комунікація як явище передбачає участь не менш 2-х учасників і базується на впливі комуніканта на комуніката з метою досягнення рівноваги або відповідності станів. Як вбачають дослідники, природна (неусвідомлена) комунікація присутня в будь-яких системах, зокрема, й у життєвій системі доісторичної людини. На це звертають увагу фахівці з психології, соціальних комунікацій, інформатики (Л. С. Виготський, О. М. Леонтьєв, Ж. Піаже, В. О. Ільганаєва, Ф. С. Бацевич, А. В. Соколов, Є. О. Сєдов, В. І. Черниш та інші). Миттєвість біологічної комунікації протягом історичного розвитку та трансформацій набула просторових і часових параметрів, що вплинуло на відтворення її процесу. Певні ознаки комунікаційного процесу з'являлися протягом формування всіх складових комунікації та набуття нею діяльнісної сутності.

Взаємодія учасників комунікаційного процесу постає як безперервний процес. Її поділ на окремі елементи є умовним, необхідним для теоретичного дослідження або технологічного оснащення. Зазвичай у комунікаційний процес включають такі елементи як комунікативний акт, комуніканти (відправники та одержувачі), що відправляють та інтерпретують повідомлення учасників комунікаційного процесу. До комунікантів можуть бути віднесені індивіди і громадські інститути (уряду, партії, фірми тощо).

Форми комунікації як письмова, усна, візуальна тощо відрізняються одна від одної особливими системами кодування повідомлень, адже повідомленнями можуть бути вислови або тексти. Комунікаційні засоби об'єднують різні форми комунікації, часто використовуючи технології для заповнення тимчасової та просторової відстані між відправником і одержувачем повідомлення (наприклад, книга: слова, шрифти, картинки, графіка). Різновиди таких повідомлень напряму залежать від засобів соціальної, зокрема масової комунікації [63]. Активно комбінування різних форм комунікації використовують у сфері засобів масової комунікації (ЗМК). Так, наприклад, телебачення використовує слова, картинки, звуки; друковані видання використовують різні шрифти, ілюстрації та по-різному розміщують інформацію на сторінках [63].

У цьому контексті методологічно важливим є зауваження А. В. Соколова про те, що соціальна комунікація є соціально-комунікативним процесом [401, с. 14]. Автор розуміє комунікаційну діяльність як цілеспрямований процес, що здійснюється суб'єктами комунікації в процесі своєї взаємодії. Рушійними силами комунікаційного процесу є потреби суб'єкта у передачі інформації та очікування певних дій, реакцій, зміни поведінки або думок комуніката. Коли суб'єкт вступає до комунікаційного процесу, він використовує доступні йому засоби для досягнення власних цілей. У цьому процесі передчувається наявність етапності й фазовості, що відповідає послідовності дій комуніканта: обдумування змісту, мети вступу до комунікації, формулювання повідомлення, вибір засобу та форми презентації повідомлення, вибір каналу передачі інформації, вибір комуніката або комунікатів. Комунікаційні засоби і методи спілкування, як ми з'ясували у Розділі 2, є природними (невербальними) або штучними, що були створені людьми, або виникли природним шляхом в процесі еволюції

соціальної взаємодії. Комунікаційні засоби також входять до, так званих, комунікаційних явищ [401]. Відтворення комунікаційного процесу свідомо і цілеспрямовано А. В. Соколов називає комунікаційною діяльністю [там же, с. 14]. Елементарна схема комунікації, вважає дослідник, ілюструє комунікаційну діяльність. В ній присутня доцільність взаємодії учасників комунікації. Але А. В. Соколов заперечує підхід, відповідно якому соціальна комунікація зводиться лише до комунікаційної діяльності. Він наполягає на тому, що важливим є враховувати всю сукупність комунікаційних явищ, до яких належить мовна здатність і природна мова, як необхідні передумови, методи і засоби. На його думку, спілкування теж є формою комунікаційної діяльності, а комунікаційна діяльність є одним з різновидів людської діяльності. Тобто, комунікаційна діяльність має типову для суспільної діяльності структуру: об'єкт, суб'єкт, мету, методи, засоби, операції [401, с. 18].

Додатковим підґрунтям щодо розвитку діяльнісних аспектів комунікаційних процесів слугують дослідження, що проведені на базі різних соціально-комунікаційних підсистем. Вагомим внеском у розуміння процесу комунікації в соціально-комунікаційній діяльності на прикладі підсистеми масової комунікації є дослідження В. В. Різуна [379]. Зокрема, до технологічного процесу масово-комунікаційного виробництва він відносить дії, операції, способи їх виконання, які й використовуються професійним комунікантом як процедура масового впливу [там же, с. 155].

Почепцов Г. Г. зазначає, що «історично комунікацією було примушення одного іншим до виконання тієї чи іншої дії. Заради цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини» [370, с. 15]. Згодом, в процесі соціалізації й становлення людської цивілізації комунікація перетворюється на свідому дію, виокремлюється у спеціальний вид суспільної діяльності. Від простої статичної схеми «відправник – повідомлення – одержувач» комунікація розгортається у комунікаційний процес як динамічне відтворення трансформацій його первісних елементів та набування ними нових характеристик, особливостей, зв'язків між ними. Намагання пов'язати комунікацію з інформацією стає причиною звернення інших авторів до поняття «комунікаційний процес». Луман Н. визначає комунікаційний процес як процес передачі інформації від однієї

людини до іншої, або її рух між групами людей різними каналами і за допомогою різних засобів комунікації (вербальних, невербальних та інших) [255, с. 7-11]. Інформаційну залежність процесу комунікації підтримують і автори збірки наукових праць з соціальної психології [410]. Тому комунікація як процес передбачає, перш за все, перекодування вербальної інформації в невербальну і невербальної у вербальну [338; 370].

У самому загальному вигляді соціально-комунікаційний процес описують наступним чином: джерело (відправник), повідомлення, кодування та декодування, канал, одержувач, зворотній зв'язок. Вище ми намагалися простежити наявність певної схожості підходів до розуміння та подання комунікаційного процесу як основи здійснення комунікації. На наш погляд, в цьому питанні немає великих розбіжностей у представників різних сфер та галузей соціально-комунікаційної діяльності. Виникає необхідність звернутися до розгляду комунікаційного процесу з точки зору сучасного рівня розвитку теорії соціальних комунікацій і трансформацій комунікаційної діяльності, що впливають на його загальну структуру та алгоритми.

Наближення до вирішення цих завдань відкриває певні перспективи щодо розвитку та оформлення теорії соціальних комунікацій, головним об'єктом якої є соціально-комунікаційна діяльність [176, с. 306-309]. Слід нагадати, що комунікаційна діяльність базується на елементах, що входять до будь-якої суспільної діяльності: об'єкт та предмет діяльності, знаряддя та засоби праці, технологія обробки предметів праці, еталонні зразки та форми виготовлення продуктів та послуг. Також, якщо комунікація розглядається як явище, що має свої характеристики, учасників, засоби спілкування або комунікаційний вплив на комунікантів для досягнення мети передачі інформації та знань, то виникає об'єктивна потреба розглядати її як процес, що протягом свого розвитку потребує організації та управління. З цього погляду необхідно розглянути підхід до розуміння комунікаційного процесу, його структури та відображення в суспільній діяльності.

Дослідження комунікаційного процесу в об'єктно-предметному полі соціології, лінгвістики, філософії, інформатики, бібліотекознавства, теорії масових комунікацій,

психології на сьогодні створили ґрунтовну базу для його розгляду з позицій методології більш високого рівня, до якої можна віднести методологію теорії соціальних комунікацій. Динамічний розвиток соціально-комунікаційних теоретичних гіпотез, узагальнень, аналітичних оглядів, інтегрування досягнень традиційних гуманітарних дисциплін дозволяють виокремити певні об'єкти, що складають сутність нового наукового напрямку. Деякі протиріччя можна прослідити в працях науковців, які займаються вивченням соціальних комунікацій саме в межах нового наукового напрямку.

По-перше, ми стикаємося з протиріччями мета теоретичного і спеціально наукового рівня дослідження соціальної комунікації. Якщо слідувати логіці В. О. Ільганаєвої та А. В. Соколова, теорія соціальних комунікацій об'єктивно формується як метатеорія відносно дисциплін, що традиційно вивчали феномени спілкування, інформаційного обміну в системах будь-якої природи [188; 406]. Сьогодні вона має необхідний дослідницький інструментарій, методологію, всі ознаки наукової теорії відповідно до свого об'єкту, що досяг інституціонального рівня розвитку. І навпаки, за логікою В. П. Конецької та О. М. Холода, теорія соціальних комунікацій знаходиться на одному рівні з іншими науками, що вивчають комунікаційні явища, використовуючи при цьому свій науковий інструментарій та предмет досліджень [217; 446; 447]. Подолання цього протиріччя можливе лише за умов як подальшої розробки узагальнюючої концепції соціальних комунікацій, так і уточнення характеристик її системно структурних складових, їх функціонального навантаження, типологій, моделей тощо.

По-друге, все більше проявляється протиріччя між завузьким ставленням до комунікаційного процесу лише як до процесу обміну інформацією або процесу мовлення і наявністю інших субстанціональних форм комунікаційної взаємодії між суб'єктами соціальної дії. На думку багатьох сучасних дослідників, комунікаційний процес не може бути зведеним до інформаційного обміну за допомогою вербальних або невербальних знакових засобів. Тобто, розгляд комунікаційного процесу в теорії соціальних комунікацій потребує більш високого рівні концептуалізації, ніж міжнаукові запозичення.

По-третє, зведення розгляду комунікаційного процесу до структурних елементів комунікації не відповідає діяльнісній

сутності соціальної комунікації як окремого виду суспільної діяльності в цілому. Комунікаційний процес має розглядатися через виявлення загальних та спеціальних характеристик комунікаційної діяльності, визначення її основних ознак, принципів, закономірностей, технологій, результатів. Подолання усіх вищезначених протиріч буде слугувати формуванню узагальнюючих положень щодо метатеоретичного стану теорії соціальних комунікацій.

Щодо розгляду комунікації як процесу С. Квіт наводить думки Д. де Флера і Е. Деніса, які виділяють в комунікації кілька стадій: 1 – формування повідомлення комунікаторами; 2 – відправлення повідомлення за допомогою засобів соціальних комунікацій; 3 – поширення повідомлення з використанням різних каналів комунікації; 4 – інтерпретація значення повідомлення комунікантами; 5 – результат засвоєння значень повідомлення чи повідомлень, або прояв впливу [204, с. 11-12]. Принциповим висновком із роздумів С. Квіта про функціонування масових комунікацій є те, що в межах сучасної теорії соціальних комунікацій інформація може сприймається як предмет, що використовується в процесі комунікаційної діяльності [там же, с. 11]. Також автор ставить питання про наявність глобальної комунікації як медіа процесу. Він теж виводить моделювання комунікацій із типо-видового розмаїття, теоретико-концептуального моделювання та технологічних змін у передачі повідомлень в умовах інформатизації суспільства.

Намагання пов'язати комунікацію з інформацією стає причиною звернення В. М. Бебика до поняття «комунікаційний процес». Аналізуючи визначення комунікації, він розглядає її модельний ряд за рівнями розвитку комунікаційного процесу [30, с. 12-13, 24]. Взаємозв'язок між комунікацією та інформацією в значній мірі в праці В. М. Бебика носить оглядово-аналітичний характер, тим не менш це дозволяє нам встановити залежність між розумінням комунікації як процесу, комунікацією та інформацією як предметом цього процесу, комунікацією та технологіями її здійснення, між комунікацією та моделями її відтворення в теоретико-концептуальному пізнанні. Бебик В. М. розглядає комунікаційні канали як матеріальне підґрунтя соціальної комунікації й фактично ототожнює комунікаційний канал з засобом цілеспрямованої передачі інформації у процесі комунікаційної діяльності [30, с. 17]. Також він зауважує, що комунікаційний канал сприяє

створенню (кодуванню), передачі та прийому (сприйняттю) інформації [там же]. Автор надає великого значення поняттю «інформація» при розгляді комунікації й зазначає, що різні види інформації по-різному використовуються і мають використовуватися в різних каналах комунікації, вибір яких диктується цілями комунікаційної взаємодії в суспільстві.

Цей ряд визначень охоплює розуміння комунікації як взаємодії та обміну соціальною інформацією, як процес обміну продуктами психологічної діяльності, як обмін інформацією між складними динамічними системами, як процес, де інформація є тим, чим обмінюються суб'єкти комунікації. Це, у загальному вигляді, продовжує пояснення комунікаційного процесу через структурне представлення феномену комунікація. В цьому можна впевнитися, якщо звернутися до теми «моделі комунікацій», а також до положень західної комунікативістики, що підкреслює існування великої кількості моделей комунікації, що відображають структуру, елементи та динаміку процесу комунікації [410, с. 126].

Уявлення про комунікацію як процес, що має свою структуру, надають Л. В. Володіна, О. К. Карпуніна [87]. До складових комунікаційного процесу вони відносять: виробництво інформації, її поширення, прийом і використання. Стандартну модель комунікаційного процесу подають так: комунікатор – повідомлення – канал передачі – комуніканти.

У більш розвинутому вигляді схема набуває такого змісту: комуніканти, кодування, інформація, передача сигналу, канал (механізм, що передає інформацію), прийом та декодування, комуніканти, зворотній зв'язок, перешкоди та бар'єри. Схожу схему комунікаційного процесу наводить автор роботи [338]. Більш докладно моделювання комунікаційного процесу буде розглянуто в пункті 3.2.

Характеристики елементів комунікаційного процесу постають як більш-менш узгоджені положення у соціально-комунікаційній науці. Комунікаційний процес починається з того моменту, коли у комуніканта виникає потреба у створенні і передачі будь-якого повідомлення [338, с. 139]. Схему розповсюдження інформації здійснює комуніканти, ініціатор комунікаційної дії або спеціально створені з цією метою соціальні структури (Див. Розділ 1, п. 1.2.). При цьому виникає певна залежність від комунікаційного середовища, його структурно-функціонального устрою, технологій

комунікаційної діяльності, можливостей комунікативних каналів, а також станів суб'єктів комунікації, які можуть бути готовими або не готовими до комунікаційної дії, зокрема, прийняття і сприйняття інформації. Комунікаційний процес, який може відобразитися за універсальною схемою, з часом ускладнюється.

До елементарних складових ланцюга комунікаційного процесу належать: комунікант, повідомлення, канал комунікації, комунікат, зворотній зв'язок. Додатковими елементами, які з'являються вже на стадії відтворення процесу комунікації в реальних ситуаціях, є інформаційний шум, фільтри, контекст передачі повідомлення, комунікаційна ситуація. В традиціях мовної комунікації зазвичай визначають адресанта та адресата [28, с. 52]. Комунікант, адресант виступають джерелом повідомлення. Комунікат, адресат є кінцевими споживачами повідомлення. Повідомлення, в свою чергу, є інформацією, яка втілюється у конкретний код та форму, за допомогою якої вона передається з використанням відповідного каналу. Канал комунікації зв'язує суб'єктів комунікації за допомогою спеціально організованих матеріальних форм або технічних засобів. При цьому мова лишається домінантним каналом комунікації, способи використання якого трансформуються у відповідності до розвитку технічних знарядь передачі повідомлень.

Розгляд «каналу» як елемента комунікаційного процесу базувався на досягненнях математичної теорії зв'язку [338]. Особливий вплив на розгляд комунікаційного каналу здійснили дослідження технічних засобів зв'язку і, як зазначають дослідники, поняття «канал» розглядалось подібно каналу телефонного або телеграфного зв'язку, що склало технократичний підхід до його розуміння [338, с. 144]. Такий підхід обмежує теоретичне поле дослідження каналів комунікації, зменшуючи роль їх зумовленості засобом комунікації, що формує цей канал, а також комунікаційною ситуацією, що складається на момент встановлення контакту між суб'єктами комунікації, вибору подальшої форми взаємодії та досягнення мети комунікації. При цьому під засобами комунікації можна розуміти як способи кодування повідомлення (наприклад, слова, малюнки, літери, звукові сигнали, жести тощо), так і технічні засоби кодування (друкарська машинка, друкарський

верстат, телефонний і телеграфний апарати, радіоприймальні та радіопередавальні пристрої, персональний комп'ютер тощо). В теорії соціальної комунікації під терміном «канал» А. В. Соколов пропонує позначати маршрут, який використовується для передачі повідомлення. «Комунікаційний канал – це реальна або уявна лінія зв'язку (контакту), за якою повідомлення рухаються від комуніканта до реципієнта» [401, с. 51].

Канали, інтерпретовані таким чином, можна розділити на: природні – канали, що виникають у сфері полісенсорної взаємодії людини з іншими людьми і з зовнішнім світом за участі різних органів почуттів (зору, слуху, хеморецепції, шкірно-тактильної рецепції тощо), а саме: аудіальні, візуальні, хемо- й інші канали (Див. Р.2. п. 2. 1.); штучні (технічні) – лінії телефонного, телеграфного радіозв'язку, транспортні артерії тощо. (Див. Р. 2. п. 2. 2.).

Форми комунікаційної взаємодії як діалог та монолог, на думку фахівців, також входять до понять, що характеризують мовленнєву діяльність. Їх вивчення в межах комунікаційної діяльності вважається науковим фактом (Див. Р. 1. п. 1. 3.), в мовознавстві це є загальноновизнаним. Мовленнєва діяльність розглядається з точки зору мовної системи та її організації. При чому, таке ставлення простежується в роботах представників різних галузей, що поєднуються в наш час в напрям «соціальні комунікації» [28; 133; 208; 217; 346; 447]. Мовленнєва діяльність також розглядається з точки зору комунікаційного процесу, де присутні елементи пізнавальної діяльності, коли це стосується формування повідомлення, аналізу повідомлення, розуміння змісту повідомлення, і як трудова діяльність – з точки зору виконання необхідних професійних дій при включенні фахівців до цього процесу. На це звертає увагу В. П. Конєцька у своїй праці та вказує на те, що мовленнєва діяльність має такі ознаки діяльності як: операції, цільова орієнтовка, планування, контроль та ін. [217, с. 5-4]. Такої ж думки дотримується Ф. С. Бацевич і підкреслює, що мовленнєва діяльність як різновид комунікаційної діяльності має всі прояви комунікаційного процесу, що потребує спеціальної організації, виокремлення стадій, операцій, складових тощо.

Тобто, ми маємо підтвердження того факту, що комунікаційний процес і комунікаційна діяльність взаємопов'язані й обумовлені низкою умов, учасниками та їх характеристиками, засобами зв'язку і передачі інформації, формою взаємообміну, предметом комунікації, технологіями та операціями комунікації. Комунікаційний процес може розглядатися з точки зору соціально-історичного розвитку елементів, що складають його основу, визначати особливості характеристики всіх складових комунікаційного процесу у відповідності до рівня розвитку всіх його елементів.

У сучасній літературі існують різні моделі комунікаційного процесу, що виникав у системі суспільних зв'язків, які визначали становлення всієї соціальної системи. Початок наукового вивчення цього комунікаційного явища пов'язують з іменем Аристотеля, який виділив три компонента процесу комунікації: «Оратор – Промова – Аудиторія». У сучасному варіанті вона виглядає так: «Комунікатор – Повідомлення – Комунікант». З початку ХХ ст. почалося систематичне дослідження комунікаційного процесу в різних сферах комунікаційної діяльності. У 30-х роках ХХ ст. Г. Лассуелл запропонував своє, яке стало класичним в соціології масової комунікації, формулювання. Згідно даної моделі, процес комунікації розглядається по мірі відповіді на питання: «Хто повідомляє? – Що? – Яким каналом? – Кому? – З яким ефектом?» Ця класична схема входить до розгляду комунікаційного процесу і вважається початковим етапом становлення комунікаційної підсистеми у будь-якій галузі. В даній моделі присутні п'ять компонентів комунікативного процесу: «Комунікатор – Повідомлення (інформація) – Канал передачі – Комунікант (аудиторія) – Зворотній зв'язок». У другій половині ХХ ст. вчені Стенфордського Університету в рамках програми «Комунікації в організації» запропонували більш складну модель комунікативного процесу: «Джерело повідомлення – Комунікатор – Кодуючий пристрій – Повідомлення – Канал передачі – Декодуєчий пристрій – Комунікант – Результат кодування – Зворотній зв'язок». Для успішної комунікації необхідно правильно кодувати і декодувати повідомлення, тому необхідно враховувати особистісний фон, на якому передається повідомлення. Модель, що враховує як зміст повідомлення, так і його особистісний

фон, запропонована Ш. фон Туном. Ефективною комунікація буде тоді, коли одержувач правильно розшифрує всі компоненти повідомлення. Якщо ж комунікант не здатний правильно декодувати повідомлення, то виникає непорозуміння. Кожний з базових елементів, а також тих, що вводили дослідники, отримав певну характеристику і наповнення змісту у відповідності до сфери комунікаційної діяльності та завдань дослідження. Досить навести одну з поширених схем опису комунікаційних елементів, що подається у роботі [458].

У комунікаційний процес завжди включається джерело повідомлення, головний елемент якого співвідноситься з суб'єктом комунікаційної дії. Джерелом повідомлення є комунікат. Комунікат – особа, що генерує ідею. Як свідчить теорія соціальних комунікацій, цей елемент комунікаційного процесу у ході розвитку соціально-комунікаційної взаємодії зазнав значних трансформацій, оскільки в наш час комунікатом може бути не лише особистість, але і будь-який соціальний інститут. Крім того, слід враховувати, що в сучасній системі соціальних комунікацій спостерігається явище передачі функцій генерування інформації певним соціально-комунікаційним структурам, таким як: інформаційні агенції та ЗМК, що ретранслюють повідомлення надані іншими суб'єктами; бібліотеки, що генерують бібліографічну інформацію; інформаційні центри, що створюють базову інформацію та ін.

До комунікаційного процесу часто включають коди як символи або знаки, що перекладають повідомлення на мову, зрозумілу для одержувача. За нашою думкою, код як елемент комунікаційного процесу не є базовим відносно до відтворення загальної схеми комунікаційного процесу. Він з'являється вже на етапі становлення соціально-комунікаційної діяльності як спеціальної, окремої підсистеми суспільної діяльності, а також внаслідок розвитку соціально-культурної сфери як джерела соціальної інформації та знань, що включені до соціальної пам'яті людства. Тобто, вони вже стали елементами культурної практики людства, отримали певного узгодження при переведенні одного суспільно-значущого плану вираження до іншого. При цьому ще необхідно мати на увазі той факт, що мають існувати спільноти, які стають носіями смислів, що приховуються за певними культурними кодами.

Міжособистісні засоби комунікації можна поділити на вербальні і невербальні. До вербальних засобів комунікації

належать: говоріння (письмова і усна мова), слухання, читання. До невербальних: погляди, пози, інтонація, імідж, міміка, жести, хода, просторова організація середовища. У кожному випадку в умовах розгорнутої системи соціальної взаємодії, масового залучення людей до комунікаційної взаємодії в електронному середовищі потрібна певна підготовка всіх учасників комунікаційного процесу до розуміння кодів як на рівні ментальності, так і на рівні когнітивності стану соціальної свідомості [183; 250]. Слід додати, що код як елемент комунікаційного процесу, з погляду сучасного розвитку теорії комунікації належить вже до змісту повідомлення, що передається, де повідомлення – це інформація або закодована ідея, тобто те, що передає джерело одержувачу. Коди стають предметом аналізу комунікаційного процесу вже на рівні вивчення комунікаційного ефекту, що можна вважати стадією досягнення комунікаційних цілей. Стосовно комунікаційного каналу ми вище зауважували, що канал втілює в собі засоби, реалізує мету і потребує певного технічного оснащення. Зазвичай канали поділяються на технічні (ЗМІ: преса, телебачення, радіо, електронні засоби) та міжособистісні (безпосередній обмін інформацією між джерелом і одержувачем).

Питання щодо визначення комунікаційного процесу також є неоднозначними, як і визначення самої комунікації. Науковці США виказують думку про те, що дослідники у своїх працях не враховують різні аспекти комунікаційного процесу, що змінюються адекватно часу [458, с. 72]. Серед причин такого ставлення до вивчення комунікаційного процесу вони називають, зокрема, відсутність концепцій, що дійсно орієнтувалися на його вивчення, необхідність великих фінансових витрат щодо побудови часових рядів, бажання дослідників швидко отримати результат на вимогу заказників, обмеження фінансування, прагнення писати дисертації та інші фактори, що серйозно перешкоджають проведенню довгострокових досліджень. Це актуалізує необхідність подальшого вивчення комунікаційного процесу з урахуванням новітніх розробок з теорії соціальних комунікацій. Виникає багато проблем та протиріч у вивченні комунікаційного процесу в системі соціально-комунікаційного знання [306].

Комунікаційний процес ґрунтується на спеціалізованих комунікаційних технологіях дії як частині соціальних

технологій взагалі. До системи технік та технологій ми відносимо: жестикуляцію, малювання, музичні техніки (наприклад диригування), слухання, ручне писання, друкування, читання. До цих технологій належать також інформатизація в цілому; інформаційно-комунікаційні технології комп'ютеризації, телекомунікації, професіоналізації, інтелектуалізації будь-яких видів діяльності; комунікаційні системи; будь-які засоби комунікації як повідомлення, які визначають характер комунікації (що означає первинно щодо означуваного); система паблік рилейшнз, яка створюється сукупністю ЗМІ, картина глобального і регіонального світу: географічні інформаційні мережі; транскордонна глобальна інформаційно-телекомунікаційна мережа, Інтернет. Процеси, що розвиваються на цій основі, призводять до утворення нової системи цінностей, нових пізнавальних і практичних пріоритетів. Найбільш характерними ознаками комунікаційного простору сучасності є миттєвість взаємодії, зняття кордонів і відстаней, різноманітність просторових конфігурацій, можливість віртуалізації, динамічність трансформацій та ін. У своєму інтегральному вираженні ці характеристики обумовлюють ситуацію «вибухової» взаємодії простору, часу та інформації. Цей аспект розвитку суспільства є базовим для розуміння тенденцій і швидкості подальших соціальних перетворень [380].

Як зазначалося вище, форми комунікаційної діяльності визначаються залежно від цільових установок, властивостей партнерів, засобу комунікації. На характер комунікаційного процесу впливають особливості кожного елементу. Наприклад, А. В. Соколов зазначає, що важливо враховувати стосунки учасників комунікаційної діяльності, суб'єкт-суб'єктний характер комунікаційного відношення у вигляді діалогу рівноцінних особистостей, спільність комунікаційних установок, різні форми здійснення комунікації (діалог або монолог) [401]. У розділі 2 п. 2. 1. ми з'ясували, що комунікаційний процес може отримувати також форму трилогу або полілогу.

Вважаємо, що зв'язок комунікаційного процесу з комунікаційною діяльністю є принциповим відносно виявлення інтеграційних тенденцій в сфері соціально-комунікаційної діяльності в наш час. З цього виникають різні модельні схеми, що розкривають зв'язки між учасниками комунікаційного

процесу, особливості самого процесу через особливості ролей його учасників, цілі та установки суб'єктів комунікації, вимоги до оформлення повідомлень у відповідності до засобу та каналу комунікації тощо. Комунікаційний процес виявляється об'єктом спеціалізованої суспільної діяльності, який на рівні своєї інституціональної організації сягає рівня індустріального виробництва. Таке припущення не є вельми абстрактним, зважаючи на розвиток комунікаційної сфери інформаційного суспільства, який надає нові факти для аналізу та узагальнень. Про це свідчать нові розробки моделей комунікації, що останнім часом значно поповнили модельний ряд комунікації з урахуванням ускладнення комунікаційного процесу в суспільстві внаслідок впровадження новітніх комунікаційних технологій і змін характеристик його елементів. Крім того, слід згадати аналіз елементів комунікаційного процесу, що був проведений колективом авторів на основі змін соціокультурних умов комунікації інформаційного суспільства [338, с. 139-149].

Широка наукова база моделювання комунікаційного процесу створює необхідне підґрунтя для виявлення спільних етапів, фаз, алгоритмів відтворення комунікаційного процесу у виробничих соціально-комунікаційних системах різного призначення. Виявленню алгоритмів в комунікаційному процесі сприяють як теоретико-концептуальне моделювання комунікаційного процесу, його відображення у змістовно-функціональному наповненні відносно різних сфер використання (журналістиці, бібліотечній, інформаційній, архівній сферах, в сферах зв'язків з громадськістю тощо), так і у практичній сфері організації виробничого процесу в комунікаційних підсистемах суспільства. На нашу думку, до нового розуміння і алгоритмічного подання комунікаційного процесу підходить Ф. І. Шарков, коли він розглядає динамічну зміну етапів комунікаційного процесу і накреслює алгоритмічний вигляд комунікаційного процесу в рекламі [458, с. 72-77].

Оскільки структурні зв'язки в системі комунікації можуть виконувати роль актів, процесів, дій, операцій, то мова йде, власне, про способи репрезентації комунікативного процесу та його алгоритми. В плані надання більш широких можливостей

алгоритмізації комунікаційного процесу відкриває хвильова модель дослідників зі США, що базується на послідовностях і зв'язках елементів комунікації [379, с. 222-223]. Такі послідовності і зв'язки можуть утворювати певні комбінації елементів комунікаційного процесу та відтворювати його зразки у відповідності до мети дослідника або проектувальника процесу, конструктивної важливості того чи іншого елементу комунікації, а також особливостей сфери протікання комунікаційного процесу. Як з'ясувалося вище, цей процес набуває різних форм, видів, засобів здійснення, цілей, технологій тощо. Все це добре ілюструють існуючі моделі комунікацій, а також класифікації комунікацій за різними ознаками.

Витікає висновок про те, що, по-перше, комунікаційний процес є необхідною ланкою соціальної взаємодії; по-друге, він може змінюватися протягом історичного розвитку соціальної комунікації; по-третє, комунікаційний процес, крім базової схеми, може мати множину схем у відповідності до залучення щодо його відтворення різних ознак та параметрів, що характеризують складові комунікаційного процесу. Звідси виникають різні модифікації соціально-комунікаційного процесу протягом усієї історії існування суспільства.

Необхідність враховувати закономірні зв'язки всередині системи соціальних комунікацій відбиває потребу її індустріального рівня розвитку, якого вона добігає в умовах інформатизації соціально-комунікаційної діяльності. Цей факт вже усвідомлений фахівцями і входить до наукового арсеналу галузі «соціальна комунікація».

3.2. Модельні зразки соціально-комунікаційної діяльності

В теорії комунікації склалося уявлення про моделі здійснення комунікаційного процесу. Згодом уявлення про елементи комунікаційного взаємодії знайшли відображення в численних моделях комунікації, які відповідали диверсифікації комунікаційної діяльності в суспільстві. Це супроводжувалося розширенням технологічних можливостей генерування, передачі й розповсюдження інформації. Моделі комунікаційного процесу знайшли також відображення в змінах комунікаційної діяльності представників комунікаційних

інститутів суспільства, а також в змінах учасників комунікаційної взаємодії, їх станах, видах і рівнях комунікації.

Досягнення системою соціальних комунікацій глобального масштабу додає значних складностей щодо вивчення цього феномену. Моделювання в науці посідає одне з найважливіших місць, оскільки дозволяє оперувати даними, параметрами, станами, процесами, що сприймаються дослідниками і мають відношення до об'єкту. Побудова моделі дає змогу простежити процеси, що відбуваються в її межах, їх взаємозв'язки та передбачити наслідки з максимальною достовірністю. В першу чергу, це стосується реальних матеріальних об'єктів. Відносно комунікації, ми маємо справу з абстрактними і досконалими об'єктами, що набули ознак матеріальності завдяки своїй презентації через знакові засоби трансляції інформації та знань [299].

Динамічний розвиток комунікаційного простору суспільства, що інтегрує більшість з традиційних каналів поширення інформації в суспільстві, актуалізував використання модельного підходу в комунікаційній сфері. Мова йде про співіснування традиційних усно-документальних каналів і електронних комунікацій. В яких формах, умовах, станах учасників комунікації утворюються і передаються суспільно-значущі смисли, це питання визначає значення модельного підходу в наш час. Можливості модельного підходу відповідають новій ситуації. Модель виконує наступні функції: пізнавальну, дає можливість зазирнути в сутність досліджуваних явищ, щоб краще зрозуміти їх; прогнозування майбутнього, що очікує реальний об'єкт; прийняття рішення; вдосконалення вимірювань в управлінні соціально-комунікаційними процесами.

Є незаперечним той факт, що при моделюванні одного і того ж явища двома різними вченими, пріоритет буде віддаватися саме більш простій моделі, тому що її легше уявити, описати і зрозуміти. А якщо брати до уваги те, що у кожного складного об'єкта дослідження велика кількість властивостей, то можна припустити існування нескінченної послідовності його моделей, що розрізняються за ступенем повноти, адекватності та простоти. Саме властивість потенційності складає багатство моделі, дозволяє останній виступати в якості самостійного об'єкта дослідження. Їх вивчення виявляє присутність універсальних характеристик, таких як адекватність,

потенційність/передбачуваність, простота/складність, але перш за все, певні специфічні властивості, характерні тільки для комунікативних моделей: пластичність, дискурсивність і суб'єктивність.

Замість фрагментарного аналізу окремих змінних, розгляд їх взаємозв'язку, тобто моделі, забезпечить цілісність підходу, так як модель безумовно володіє певним ступенем цілісності і в цьому сенсі є системою [357, с. 86]. Для кращого розуміння цього явища комунікаційного процесу почали користуватися методом моделювання: відтворенням характеристик одного об'єкта за допомогою іншого. Модель комунікації відтворює складові елементи та функціональні характеристики комунікаційного процесу у вигляді послідовності елементів. Моделі розробляють дослідники і зміст моделі залежить від концепції вченого, який цю модель розробив, від потреб тієї сфери науки, в якій вона з'явилася і т. д. Модель відтворює деякі характеристики модельованого об'єкта, вона не є відображенням реальності, а тим більше самою реальністю. Модель також може слугувати в якості дослідницького об'єкту. В теорії комунікації існує багато різних моделей, що кваліфікуються за різними ознаками.

Глобальний масштаб, неоднорідність, багатовекторність, багатоканальність, численні семіотичні посилання в комунікаційній взаємодії роблять сферу соціальних комунікацій сприйнятливою до застосування модельного підходу до комунікації як системного явища суспільної практики. Це положення співзвучне з положенням Ф. І. Шаркова відносно модельного підходу до вивчення соціальної комунікації, яке він наводить у своїй відомій праці: «Різні підходи до розгляду комунікації лягають в основу моделей, що досить сильно відрізняються одна від одної» [458, с. 46].

В процесі формування наукових уявлень про соціальну комунікацію склалося широке когнітивне поле відтворення комунікації від її елементарних схем взаємодії в процесі передачі інформації та знань, від одного суб'єкту до іншого, особливостей учасників комунікації та характеристик елементарних одиниць комунікаційного процесу – до системного опису впливу комунікації на суспільне життя. В історії вивчення соціальних комунікацій за різними аспектами цього складного суспільного явища моделі відіграють пізнавальну роль, що постає методом поетапного розвитку

спеціальної наукової галузі. Згідно з методологією наукового пізнання моделювання присутнє на всіх рівнях ієрархії знання від гіпотези (передбачення), теорії та концепції, до закономірностей і закону [235, с. 139].

У цій роботі ми розглядаємо використання модельного підходу з точки зору його реалізації у формуванні ієрархії знань про соціальні комунікації. Концептуалізація моделювання процесів комунікації як синтезуючого пізнавального інструменту складного соціального явища виходить з теоретико-практичних трансформацій, що пройшла соціально-комунікаційна система суспільства. Враховуючи широку джерельну базу, що описує предмет дослідження, для вирішення завдань обрано оглядово-аналітичний метод та метод структурування. Це дозволяє сконцентрувати головну увагу на тематико-структурних напрямках використання модельного підходу в соціально-комунікаційному знанні.

Моделі соціальних комунікацій багатоаспектно вивчалися в практиці соціологічних, мас-медійних та соціально-комунікаційних досліджень Азарнова М. М., Бебика В. М., Бусигіна І. С., Боріснева С. В., Зборовського Г. Е., Ільганасвої В. О., Квіта С., Конєцької В. П., Соколова А. В., Ф. І. Шаркова. Як правило, в роботах автори звертаються до розгляду існуючих комунікаційних моделей, констатуєчи вже досягнутий рівень їх використання. Модифікація моделей комунікаційного процесу, корекція цілей в підсистемах соціально-комунікаційної системи в сукупності стають потужним фактором впливу на стан соціальної свідомості та поведінки людей [385].

Комунікативні моделі представляють собою дуже специфічний вид моделей. Бебик В. М. відносить моделі та технології комунікації до наукового комунікативного базису [30, с. 75]. Це підтверджує інтерес представників багатьох наук, що вивчають комунікацію, до розробки відповідних моделей. При цьому, слід підкреслити майже однотайну думку фахівців, що вивчають соціальні комунікації – більшість моделей, що описують соціальні комунікації, є прикладними й орієнтовані на практику досліджень в межах наукової галузі.

На шляху формування теорії соціальних комунікацій першим етапом було виокремлення комунікації як об'єкту дослідження і гіпотетичне представлення його ролі й місця в соціальних взаєминах, а також передбачення певних можливостей його дослідження. Гіпотетичне ставлення до

феномену комунікації знайшло своє відображення в різних напрямках, наукових школах, теоріях, стосовно вивчення мови як соціального явища, засобу спілкування людей [217, с. 13]. Конецька В. П. передусім зазначає соціологічний напрям, що сформувався ще у XVIII столітті і пов'язує цей напрям з іменами визначних мислителів того часу Д. Дідро. Ж. Ж. Руссо, В. М. Ломоносова. До другого напрямку вона відносить вивчення соціальних факторів, що сприяють формуванню соціального знання, а також етнологію комунікації, що досліджує зв'язок соціокультурного знання і мовних одиниць [там же, с.14]. До третього напрямку, що вже безпосередньо пов'язаний з теорією комунікацій, належить: теорія мовних актів, критичний аналіз. Завершаючи огляд різних напрямів вивчення комунікації, авторка вдається до припущення, що необхідність розвитку відображення процесу комунікації в теорії потребує більш широких узагальнень на основі базових складових соціальної комунікації – соціальних структур суспільства, комунікативних систем і засобів комунікації [там же, с. 16].

Виходячи із потреби теоретичної аргументації соціальної комунікації, А. В. Соколов звертає увагу на необхідність пов'язати визначення поняття «соціальна комунікація» з поданням її елементарної схеми [401, с. 17]. В схему комунікації, що була запропонована А. В. Соколовим, входить суб'єкт (комунікант) – об'єкт, що передається – суб'єкт (реципієнт), що приймає. Цю схему можна вважати елементарною моделлю комунікації. Об'єктом, що передається в процесі комунікації, є повідомлення. Ця елементарна модель і стала основою подальшої теоретизації в процесі становлення теорії соціальних комунікацій.

Розвиток модельного підходу під час формування соціально-комунікаційного знання пов'язаний з виявленням причино-наслідкових зв'язків комунікаційних явищ, що з'являлися протягом соціокультурного розвитку суспільства. Відповідно до цього ускладнюється взаємозв'язки суб'єктів соціальної взаємодії в приватно-побутовій сфері, в сфері виробництва, торгівлі, освіти і т. д. В цій площині сформувалася значна кількість теорій і концепцій, що в подальшому склали підсистемний рівень інтегрованої теорії соціальних комунікацій [405]. Як зазначає С. Квіт, найбільший внесок в розвиток медійних досліджень зробила американська наука [204]. Але автор також підкреслює, що вона, «як правило, має європейське

походження» [204, с. 43]. В своїй роботі С. Квіт також розглядає 41 теорію, спираючись на результати ґрунтового дослідження Дж. Брайанта і Д. Мірона «Теорії та дослідження в масовій комунікації», у якому взагалі було виявлено 604 різні теорії, парадигми та наукові школи [там же, с. 43]. Сам автор зосереджується на розгляді загальних соціологічних теоретичних шкіл, загальній теорії масових комунікацій і прикладних теоріях, що стосуються окремих питань впливу на комунікаційні процеси. Обраний автором порядок подачі моделей у хронологічній послідовності надає можливість побачити, як поступово відбувалося теоретичне усвідомлення і вивчення феномену комунікації. У цьому поступовому русі з'являлися різні теорії й концепції, що в співставленні з науково-культурними трансформаціями співпадають з розгортанням суспільних потреб та можливостей здійснення комунікаційних зв'язків в суспільстві.

Слід зазначити, що початок відтворення комунікаційного знання у модельному теоретично-концептуальному ряді припадає на кінець XIX століття і продовжується до сьогодення. В цьому сенсі розглядаються теоретичні доробки Чиказької школи (прагматизм), представниками якої є Дж. Дьюї, Д. Мід, Дж. Тафтс та інші; Віденській гурток (логічний позитивізм) – М. Шлік, Г. Бергман, Ф. Франк, Р. Карнап; Франкфуртська школа (неомарксизм) – Ф. Вейл, М. Горкгаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Е. Фромм, Ю. Хабермас; Бірмінгемська школа (британські культурні студії) – Р. Вільямс, Д. Гебдідж, А. Марк-Робін [204]. Використання даних з роботи С. Квіта дає нам уяву про масштаб і широту наукових звернень до вивчення феномену комунікації на початку становлення теорії. В контексті біхевіоризму (науки про поведінку) основою комунікації є не мова як система, а безпосередні мовні сигнали, маніпулюючи якими можна виховувати людину будь-якого складу. В якості теоретичних моделей соціальної комунікації, в межах психоаналітичної моделі, заснованої на теоретичних вченнях З. Фрейда та К. Юнга, комунікація розуміється як витіснення індивідом своїх несвідомих потягів.

Екзистенціональна модель розглядає комунікацію як «закинутість у світ». Таке розуміння комунікації пояснюється розвитком у XX ст. такої системи звичаїв як індивідуалізм. Відносини, що складаються в умовах індивідуалізму, організують життя людини на засадах ізоляції та самоізоляції,

що породжує таке явище культури як некомунікабельність. Некомунікабельністю є розпад усіх соціальних зв'язків, крайня форма взаємного відчуження. В результаті у індивідів виникає почуття самотності, відчуття безглуздості короточасного і нікому не потрібного існування людини у світі. Таку ситуацію філософи назвали «кризою комунікації».

Існують семантичні моделі Ю. Лотмана і У. Еко. В ігровій моделі комунікації, основними представниками якої можна назвати Е. Берна і Й. Хейзинга, комунікація є гра. Персоналізм розглядає комунікацію як внутрішню метафізичну здатність особистості відкривати в собі почуття Іншого (стосунки Я – Інший). У розуміючій моделі комунікації, представниками якої є М. Вебер, Р.-Г. Гадамер, Г. Шпет, основним результатом комунікації є розуміння людиною іншої людини, так зване взаємне розуміння.

Згадані школи зробили значний внесок у розвиток теорії соціальної комунікації завдяки широкому філософському, культурологічному, соціологічному вивченню цього явища, виходячи з різних методологічних принципів, філософських категорій, лінгво-психологічного аналізу явища комунікації. Крім того, ці школи зробили великий внесок щодо розробки питань «влада і комунікація», «роль особистості в комунікації», значно розширили не лише мас-медійну проблематику, але і склали необхідні теоретичні засади для подальшого дослідження соціальних комунікацій в умовах впровадження комп'ютерної техніки.

Незважаючи на досить широке представлення комунікаційних моделей в науковий літературі, не вдалося встановити наявності їх порівняльного аналізу з точки зору їх еволюціонування у відповідності до розвитку комунікаційного процесу, трансформування їх характеру. Певні приклади намагань зі встановлення взаємозв'язку комунікаційних моделей відносно розвитку сфери соціально-комунікаційної діяльності були наведені у роботі [212]. Вважаємо за потрібне коротко зупинитися на основних модельних зразках комунікаційної діяльності, що стали важливими в ході розвитку комунікаційної взаємодії під впливом зовнішніх факторів. Як ми зазначали, існують декілька підходів до класифікування моделей комунікації. Останні роки поширилося їх поділення на лінійні та нелінійні.

Як ми вже наголошували, найбільш поширеною лінійною моделлю є модель Г. Ласуелла. Ця найпопулярніша модель пропонує розуміти комунікацію як дію і включає в себе п'ять основних компонентів: 1) хто – комунікатор; 2) що – повідомлення; 3) як – комунікаційний канал; 4) кому – аудиторія; 5) з яким ефектом, тобто ефективність повідомлення. Але вона є трохи обмеженою, з огляду на те, що розглядає лише процес передачі повідомлення та його вплив на одержувача цього повідомлення і взагалі не розглядає зворотній зв'язок, тобто, реакцію реципієнта. Вагомим доповненням до цієї моделі в процесі її розвитку стало включення таких елементів комунікативного акту як: умови здійснення комунікації та мета комунікації. Ця модель, крім того, що вона представляє базову лінійну модель комунікації, відбиває потенціальну динамічність процесу комунікації, оскільки визначає сукупність перемінних (особистісні характеристики комунікаторів, їх позиції, установки, характер, зовнішність) [204, с. 48].

Другою найпоширенішою моделлю вважається модель Шеннона-Вівера. В основі цієї моделі лежать ті ж самі компоненти, що й у попередній, але також залучають декілька концептуально нових елементів у відповідності до ситуації передачі повідомлення та галузі її використання. Це можна простежити на прикладі телефонного зв'язку, де модель складається з шести елементів: джерела, кодувального приладу, повідомлення, каналу, декодувального приладу та одержувача повідомлення. Цікавим є те, що модель Шеннона-Вівера також залучає ефекти, що супроводжують комунікаційний процес та заважають йому, а саме шуми. У теорії комунікації шум виступає таким зовнішнім чинником, який не лише заважає процесу комунікації, але і заважає одержувачу повідомлення цілісно сприймати інформацію, що у свою чергу не дає правильно інтерпретувати, декодувати інформацію. Ця модель була поштовхом до всебічного вивчення комунікаційних бар'єрів в подальшому, але спочатку увага дослідників була прикута до технічних бар'єрів, що виникали при використанні технічних приладів.

Факт викривлення повідомлення гостро поставив питання адекватності інформації, що передається, а також питання про погіршення комунікаційного обміну інформацією. Включення шуму до розгляду комунікаційного процесу почали пов'язувати також і з поняттям надлишковість, яка виступила засобом, що

допомагає зменшити вплив шуму. Частіше за все позитивний ефект надлишковості досягається шляхом багаторазового повторення інформації. Тим не менш, незважаючи на більш детальний розбір процесу комунікації, модель Шеннона-Вівера теж оминула зворотній зв'язок.

Незважаючи на критику, модель Ласуелла була поштовхом до розвитку нових моделей комунікації завдяки додавання до неї нових елементів, таких як: умови, в яких відбувається комунікація; мета комунікаційної взаємодії; зворотній зв'язок. Зворотній зв'язок як елемент процесу комунікацій додав цілісності схемі, а також створив підстави щодо подальшого аналізу комунікації, зокрема художньої, інформаційної.

Наступною моделлю, яка продовжила розглядати комунікаційний процес в межах вже описаних елементів, є модель М. де Флера, який ускладнив та вдосконалив класичну лінійну модель Г. Ласуелла включенням до неї зворотного зв'язку. Зворотній зв'язок надає комунікатору можливість краще пристосувати своє повідомлення до комунікаційного каналу задля підвищення ефективності передачі інформації та збільшення ймовірності відповідності між відправленими і прийнятими даними. Модель М. де Флера розроблялася для системи масової інформації, але на практиці стала більш поширеною в сфері документально-інформаційних комунікацій і вже належить до нелінійних моделей комунікації. Фактично вона відображала кібернетичний підхід Н. Вінера, що потребував підрахунку вхідної й вихідної інформації з урахуванням керуючого впливу на учасників інформаційного процесу.

Модель Осгуда-Шрамма, яку ще називають циркулярною моделлю, яка виконує, так би мовити, проміжну роль між лінійною та нелінійною моделями. Головною рисою цієї моделі є увага не до каналів комунікації, а до активних учасників процесу комунікації, тобто увага, головним чином, надається процесам кодування, декодування та інтерпретації інформації, що передається. Як і її попередники, модель базується на основних елементах процесу комунікації, але, на відміну від попередніх моделей, в моделі Осгуда-Шрамма комунікація розуміється як динамічний процес, який не має кінця і знаходиться у безперервній циркуляції. Таким чином, ця модель може бути співвіднесена з «двосторонньою симетричною

моделлю», яка передбачає активну взаємодію суб'єкта та об'єкта з метою досягнення цілей комунікаційної дії та взаєморозуміння. Внаслідок розвитку наведених вище моделей комунікаційної взаємодії, ланцюговий лінійний підхід до зображення процесу комунікації природним шляхом виводив дослідників на замкнений ланцюг, що було наслідком розвитку технократичного погляду на здійснення комунікації з використанням засобів зв'язку та трансляції інформації в електричних каналах (радіо, телеграф, телебачення).

Модель Осгуда-Шрамма започаткувала трансакційний підхід до відображення комунікаційного процесу як одночасного відправлення та одержання повідомлення, де неможливо відділити процес комунікації від подій, що йому передують. Тобто, трансакційні моделі підкреслюють той факт, що є комунікаційний процес, під час якого люди формують стосунки через постійну взаємодію один з одним. Ця модель відбиває реакцію комуніката на повідомлення комуніканта у вигляді зворотного зв'язку і це посилює уявлення про комунікацію як двосторонній процес. Такий процес нагадує діалогову форму комунікаційної взаємодії, зокрема М. Бахтіна, і показує можливості для кожної зі сторін комунікаційного процесу коригувати свої дії та цілі. Таким чином, ми можемо зауважити, що моделі доповнюють одна одну, виходять одна з одної і досягають рівня системного відображення комунікаційного процесу в усьому різноманітті його складових елементів в структурному, функціональному, змістовному наповненні.

У лінгвістиці широко використовується комунікаційна модель Р. Якобсона, яка включає в себе шість основних елементів, кожному з яких відповідає особлива функція мови. У моделі комунікації Р. Якобсона беруть участь такі елементи: комунікатор, реципієнт, контекст, повідомлення, контакт та код. Ці шість елементів моделі знаходяться в різних зв'язках з функціями мови. У різних її варіантах модель Р. Якобсона використовують щодо аналізу функцій мови загалом, функціонування окремих одиниць мови, в соціолінгвістиці, соціології комунікації та теорії комунікації — для аналізу комунікативних процесів.

Крім того, досить поширеними в практиці побудови виробничих структур соціальної комунікації в різних її підсистемах слід вважати модель Т. Ньюкомба, модель

М. Бахтіна, модель Р. Барта та модель Г. Гербнера, що є нелінійними моделями комунікаційної дії. Розглянемо ці моделі більш докладно. Модель Т. Ньюкомба або інтеракційна модель вже розглядає суспільно соціальний аспект комунікації як дію широкого соціально-культурного значення. Основними елементами цієї моделі є: комунікатор, адресат та об'єкт, про який йдеться. Коли комунікатор та адресат ставляться один до одного позитивно, то так само вони ставитимуться і до об'єкта та навпаки. Ця модель має форму трикутника, в основі якого лежить скерування до симетрій та рівноваги. Результат комунікації в цій моделі полягає у наближенні чи віддаленні комуніканта та комуніката на основі їх очікувань та інтересу до предмету комунікаційної діяльності.

Діалогічна модель М. М. Бахтіна заснована на тому, що спілкування відбиває суспільно-історичну потребу досягнення порозуміння суб'єктів, що знаходяться у процесі комунікації. У центрі його моделі стоїть діалог, тому що діалог є універсальною комунікаційною формою взаємодії. Діалог є такою комунікаційною формою, що дозволяє суб'єктам комунікаційної взаємодії наближатися один до одного за різними параметрами комунікаційного процесу. До того ж, діалог в його концептуальних роздумах розглядається як основний елемент пізнання та самопізнання особистості. Таким чином, в процесі комунікації повідомлення адресоване одержувачу, що передбачає активний діалогічний зв'язок. Також важливим фактом є те, що будь-яка інформація набуває свого сенсу лише у певному контексту, що є зрозумілим комунікатору, без якого комунікативний акт неможливий.

Ідеї Р. Барта збагачують наші уявлення про соціально-комунікаційний процес внаслідок включення до моделі комунікаційної взаємодії таких понять як «письмо» та «текст». Концепт «письма» в комунікаційних процесах розглядають як віддалення тексту повідомлення від реципієнта. Згідно з основними положеннями цієї моделі, адекватний діалог є неможливим тому, що будь-яке повідомлення має в собі приховані смисли, що нав'язуються соціальними структурами і тому необхідно проаналізувати повідомлення та очистити його від другорядних кодів. Концепт «текст» дає змогу сприймати комунікацію як активну діяльність структури, в якій можливі численні варіанти прочитання тексту. Діалог відбувається безперервно, в його процесі народжуються все нові й нові

смишли, тому що за словами в такому спілкуванні не закріпленні конкретні значення, а слова набувають свого значення відповідно до контексту спілкування.

Модель Г. Гербнера заснована на тому, що набуває різноманітних форм залежно від типу комунікативної ситуації, що описується. Модель має наступний вигляд: реципієнт сприймає подію – реагує на неї специфічним способом – створює доступний для інших зміст – у відповідній формі – у відповідному контексті – передає повідомлення далі – з деякими наслідками. В межах цієї моделі людська комунікація розглядається як суб'єктивний, вибірковий, перемінний й непередбачуваний процес, а система комунікацій постає як відкрита та доступна система. Подібна відкритість вже стає невід'ємною властивістю сучасного медіа простору, що потребує адекватного реагування дослідників, оскільки в таких умовах відбуваються глибокі зміни як властивостей елементів комунікаційного процесу, так і їх функціональних залежностей та параметричних ознак. Змінюється загальна схема комунікаційного процесу на всіх рівнях його формування: міжособистісному, груповому або колективному, національному, міжнародному. Головною відзнакою моделювання в соціально-комунікаційній сфері стає нелінійність.

Нелінійні моделі відбивають загальну схему комунікаційної взаємодії, але виводять за межі горизонтального зв'язку елементів додаткові рівні їх презентування і розгляду. Нелінійність, крім природної багатшаровості процесу комунікації, що пов'язана із когнітивно-діяльнісними операціями, використання різних засобів передачі і презентування інформації, передбачає багатшаровість самого комунікаційного простору, де відбувається комунікаційна взаємодія. Крім того, нелінійна модель тяжіє до свого завершення у точці виникнення потреби у передачі інформації через прояв або здійснення певної реакції того або тих суб'єктів, на кого комунікація спрямована.

Існуючі моделі комунікацій, що склалися протягом ХХ ст. наочно показують, як вивчалися різні форми соціальної комунікації в процесі їх входження до суспільної практики. Вони показують, як соціально-комунікаційна діяльність розвивалася під впливом становлення різних підсистемних теорій та наукових течій, як вона сприймала техніко-

технологічні трансформації засобів комунікації та засобів відтворення соціально-комунікаційного процесу в різних підсистемах суспільної діяльності.

Послідовність формування модельного ряду соціальної комунікації може бути проілюстрована за рахунок включення комунікаційних явищ в різні наукові теорії. Для ілюстрації цього факту звернемося до роботи С. Квіта, який надає наступний перелік теорій, що вплинули на становлення комунікаційних моделей: психоаналізу (1909), біхевіоризму (1913), функціоналізму (1915), загальної семантики (1919), теорія когнітивного розвитку (1921), теорія масового суспільства (1930), символічний інтеракціоналізм (1934), теорія двостороннього руху комунікації (1940), теорія атрибуції (1944), лінійні моделі комунікації (1946), математична теорія медій Шеннона та Вінера (1949), медіативна теорія смислу (1952), теорія когнітивного дисонансу (1957), теорія розширення відчуття Маклюєна (1964), теорія розвитку у знаннях (1970), спіраль мовчання (1973), нормативна теорія Мак-Квейла (1987), пропагандистська модель (1988), теорія самореференції Лумана (1996). Приведений ряд теорій у хронологічному порядку демонструє залежність теоретичних досліджень медіа, зокрема мас медіа, від зростання суспільної значущості соціальних комунікацій в життєдіяльності суспільства, а також впливає на формування модельних зразків комунікації. Звісно, що потрібні більш глибокі дослідження щодо відтворення цих взаємозв'язків та залежностей.

Слід зазначити, що така хронологічна побудова модельного ряду теорії соціальних комунікацій дозволяє встановити деякі ключові моменти у розвитку саме комунікаційних моделей, пов'язаних зі становленням масового постіндустріального суспільства та його наступної стадії – інформаційного суспільства. Якщо в першому випадку розвиваються моделі, що відтворювали процеси масової комунікації на основі новітніх засобів комунікації (радіо, телебачення, преса), то в другому випадку розвивалися моделі, що відтворювали процес відбору, переробки, розповсюдження та управління інформацією, зокрема в технічних системах, що в подальшому склали основу інформаційних систем і глобальних інформаційно-комунікаційних мереж.

Докладний розгляд комунікаційних моделей здійснюють Ф. І. Шарков, С. В. Бориснев, Г. Г. Поцепцов [370]. Так,

Г. Г. Почепцов дає ґрунтовний огляд існуючих моделей комунікації з огляду на суттєві зміни, що відбулися в період соціально-культурних змін в суспільстві [там же]. Він розглядає більшість з найвідоміших моделей, що були побудовані науковцями для дослідження комунікації в різних галузях науки та з різних точок зору. Додамо, що модельний ряд комунікацій подається у певній послідовності за часовим показником свого виникнення або розробки, або групуються за характером комунікаційного процесу, відносно певного наукового дискурсу.

Майже відсутні праці, що аналізують вплив модельного підходу на формування загально-комунікаційної теорії, або пов'язують концептуальну будову комунікаційної моделі з загальнотеоретичних положень теорії соціальних комунікацій, виходячи з постулатів єдності соціально-комунікаційної діяльності. Більшість авторів зосереджується на історії виникнення моделей, характеристиці змісту, частково аналізується їх вплив на практику здійснення комунікації [290]. Велике різноманіття комунікаційних моделей відбиває сферу діяльності ЗМК. Про це свідчать моделі Г. Ласуелла, Т. Ньюкомба, Вестлі та Макліна й інші, що базувалися на аналізі комунікаційної практики ЗМІ. Важливим внеском щодо розвитку комунікаційно-діяльнісної складової відносно інших суспільних підсистем було соціально-психологічне підґрунтя, що відбивало особливості поведінки комунікаторів, надавало розгляд комунікаційної взаємодії як важливої сфери формування зразків суспільної поведінки в межах всього суспільства (модель МакГайера, модель Фішбейна-Айзена). Моделювання соціально-комунікаційного процесу дозволило значно розширити уявлення про комунікаційний процес. Воно дало змогу сформувати певні загальні підходи щодо відтворення комунікаційного процесу в конкретних соціально-комунікаційних практиках, до яких належить бібліотечна, музейна та архівна діяльності. Також ці моделі, так чи інакше, вплинули на формування комунікаційної діяльності в освіті, науці, політиці, сфері суспільного управління тощо. Звернення до моделей суспільної комунікації дає змогу уточнення, доповнення та вдосконалення моделей комунікаційної взаємодії з урахуванням соціокультурних змін і загального розвитку теорії комунікаційної діяльності.

В новітніх розробках зберігаються як обов'язкові компоненти комунікаційного процесу, так і вводяться нові

компоненти, що виникли вже на етапі індустріалізації комунікаційної діяльності. До речі, В. В. Різун розглядає маскомунікаційну модель з позиції професійного комунікатора та включає наступні елементи:

- професійні комуніканти сфери масінформаційного виробництва, які зазнають впливу особливостей функціонування цієї сфери;
- масова інформація у формі різних продуктів, що використовуються з метою впливу на аудиторію;
- засоби поширення масової інформації;
- канали поширення масової інформації, які також піддаються перешкодам у вигляді шумів, що заважає поширенню та інтерпретуванню масової інформації;
- фільтри, тобто організовані форми, засоби, умови обмеження і розбору масової інформації;
- комунікат представлений масовою аудиторією, яка може бути штучно сформована або стихійно виникла;
- суспільні умови формування соціально-комунікаційної ситуації;
- механізми сприйняття й розуміння масової інформації;
- мотиви, цілі та смисли, що викликають прогнозовану реакцію комуніката;
- реакція комуніката, яка в ідеалі має співпадати з очікуваннями комуніканта [379, с. 62-64].

На нашу думку, ця модель є найбільш наближеною за своїм складом елементів до моделі соціально-комунікаційної діяльності, оскільки оперує такими поняттями як середовище здійснення комунікації, масово-інформаційна індустрія масово-інформаційні продукти, професійний комунікант.

Слід додати, що саме модельний підхід здатний зцементувати теоретичні та прикладні соціологічні дослідження. Незважаючи на те, що моделювання в соціальних комунікаціях ще на початку ХХ століття мало лише теоретичний характер, сьогодні воно набуває практичного втілення в соціальних сферах, що стрімко розвиваються, а саме: бізнес, реклама, ЗМК, PR тощо [221; 239; 289; 292; 300]. Ці ж самі схеми можуть використовуватися як для досягнення позитивних намірів за вимогами відкритого громадянського суспільства, так і з прихованими негативними намірами, наприклад чорний PR. Моделі широко використовуються щодо вивчення комунікаційних процесів та зв'язків в межах окремого

підприємства, а результати щодо підвищення ефективності комунікації в колективі.

Розвиток теорії соціальних комунікацій пов'язаний з намаганнями науково пояснити феномен комунікації переважно на ґрунті прикладних орієнтованих на практику досліджень [30, с. 75]. Моделювання народжується на основі теоретичного аналізу та узагальнення подій і явищ, що відбувалися або відбуваються, і зафіксовані на вербальному каналі комунікації [там же]. Дослідник вдається до розгляду, перш за все, соціологічних моделей комунікації (двоступенева модель комунікації, модель «спіраль мовчання», модель дифузної теорії, модель «структура новини»); семіотичні моделі, що спираються на використання візуальних або іконічних і вербальних знаків (модель Р. Якобсона, модель Ю. Лотмана, модель У. Еко, модель Р. Барта); психологічні психотерапевтичні моделі комунікації (модель З. Фрейда, модель К. Юнга, модель Ж. Лакана та модель нейролінгвістичного програмування і моделі групової психотерапії); пропагандистські моделі; іміджеві моделі; Інтернет-моделі комунікації. Залучення цих моделей в роботу В. М. Бебика опосередковує головна спрямованість викладу теоретико-практичних засад інформаційно-комунікаційного менеджменту. В умовах бурхливого зростання нових інформаційно-комунікаційних і політико-психологічних технологій вибір й аналіз комунікаційних моделей дослідження скерований, перш за все, на характеристику умов і можливостей здійснення психологічних впливів на суспільну свідомість та оцінку результатів цих впливів. У загальному вигляді обрані моделі вписуються в модельний ряд, що використовують й інші дослідники соціальних комунікацій. Але ця робота демонструє намагання пов'язати моделі комунікації з розв'язанням практичних питань управління медіа-діяльністю, глобалізаційними тенденціями поширення медій, існуванням віртуального комунікаційного простору. Якщо звернутися до праці Г. Г. Почепцова [370], можна стверджувати, що в цілому модельний підхід дозволяє перейти від інтерпретації феномену комунікації до системного моделювання процесів комунікації та комунікаційної діяльності в цілому.

Це співпадає з орієнтирами і масштабами моделювання та виявлення впливу комунікації на соціальну систему що пропонується в працях Н. Лумана [254-256]. Важливим

положенням, що поєднує його праці, є наголошення на тому, що комунікація є найважливішим елементом соціальної системи, умовами її формування, функціонування та розвитку. Н. Луман одним з перших поширив сферу здійснення комунікацій до масштабів всього соціуму в кожній його підсистемі та в різних елементах його структури. Це стає важливою передумовою концептуалізації розвитку модельного підходу в теорії соціальних комунікацій, що зумовлений виникненням інформаційного суспільства. Нові умови здійснення комунікації з використанням новітніх комунікаційних технологій, зокрема мультимедіа, стимулювали розробку нелінійних комунікаційних моделей. Моделі набули нового характеру. З'явилися нові підходи до відтворення елементів комунікаційного середовища, в якому відбуваються комунікації.

Семіотичні моделі комунікації реалізують інформаційну, експресивну та прагматичні функції комунікації. Інформаційна функція відображає здатність повідомляти інформацію про предмети, явища, дії та процеси. Експресивна функція виражає як смислову, так і оцінну інформацію про реалії навколишньої дійсності. Прагматична функція спрямована на передачу комунікативної установки, що розраховує на адекватну реакцію реципієнта відповідно до соціальної мовної норми. Крім того, спостерігається поширення трансакційної та ризоморфної моделей комунікації, що більше відповідають структурі соціальних зв'язків та відносин в електронному просторі [104, с.17-19].

В умовах становлення єдиної соціальної комунікаційної системи та утворення глобального комунікаційного простору зростає інтерес до нових моделей комунікаційного процесу. Зокрема у фахівців сформувалася думка про трансакційну модель [28]. Фахівці відзначають, що у моделях цього типу комунікація постає як процес одночасного відправлення і отримання повідомлень комунікаторами, які залежать один від одного як творці комунікативного акту [там же, с. 50]. Виникає взаємодія, коли комунікатори формують свої стосунки віртуально і у реальному часі. Прикладом подібної моделі є модель, представлена В. Шраммом, де комунікаційний процес подається як постійна інформаційна, емоційна налаштованість комунікантів один на одного, адресант і адресат при цьому не міняються місцями, а виконують свої функції одночасно.

З розвитком віртуального комунікативного простору мова вже йде про різного роду комунікативні можливості, які стали реальними завдяки технологічному прогресу. На наш погляд, саме модельний підхід дозволяє відкинути другорядні фактори, сформувати наочне, максимально об'єктивне враження про те, які комунікативні моделі превалюють сьогодні у віртуальних спільнотах, які моделі поведінки зустрічаються в соціальних мережах, блогах і мікроблогах, які комунікативні можливості домінують і є найбільш затребуваними з боку користувачів у віртуальному світі.

Слід зазначити, що в цілому інформатизація комунікаційних відносин створила умови реалізації в системах масового мережевого спілкування та комунікації для практичної реалізації моделей попереднього періоду. Реалізація моделей в комп'ютерних системах допомагає краще розуміти вихідні властивості соціальної комунікації, а також спостерігати інтеграцію різних засобів трансляції інформації й сприйняття її учасниками комунікаційного процесу. Похідні комунікаційні моделі знайшли відображення в багатьох мережевих сервісах в епоху електронних комунікацій. Додамо, що базова модель електронної пошти нагадує традиційну пошту і має відповідні для неї елементи: відправника, лист, одержувача. Основою комунікаційного процесу в електронній пошті є прихована поштова служба, завданнями якої є маршрутизація повідомлень у мережі. Додатковими атрибутами електронної поштової моделі є тема листа, пріоритет листа, оповіщення про отримання, можливість пов'язання листа з темою листа відправника, а також надає можливість відіслати копію декільком адресатам. Електронна пошта позбавляє комунікаторів від традиційного ручного або механічного тиражування листів.

Інтернет-сторінки у всесвітньому павутинні використовують моделі масової комунікації. Веб-сторінки розглядаються як віртуалізація публікацій, газет, книг, журналів тощо. Фактично, модель масової комунікації реалізується в електронних каналах комунікації на основі конвертації традиційних моделей масової комунікації в електронні. Електронні моделі масової комунікації мають значні плюси у порівнянні з традиційними. До головних позитивних характеристик в цьому випадку можна віднести:

- можливість моментального перегляду матеріалів, що викладаються на веб-сторінці;
- фактична безкоштовність доступу до ресурсів та перегляду інформації як онлайн, так і офлайн;
- можливість пошуку інформації, її копіювання, а також необхідної модифікації у відповідності до потреб користувача.

У всесвітньому павутинні також реалізовані діалогові моделі соціальної комунікації, серед яких можна назвати Гостьову книгу та форуми. Гостьова книга базується на прямому зворотному зв'язку відносно комунікаційної події, а форум може бути виконаний у вигляді моделі віртуальної документальної комунікаційної діяльності за допомогою листів (повідомлень). Саме через цю модель комунікатори можуть обмінюватися ролями через перехід від статусу джерела повідомлення (відправника) до одержувача. Яскравим прикладом нелінійної комунікаційної моделі у електронному оточенні є соціальні мережі. Вони презентують не тільки наявність класичних елементів комунікаційного процесу, але й передають складність взаємовідносин реального життя у віртуальному просторі.

Соціальні мережі наслідують процеси формування сукупності спільнот, індивідуальних користувачів, що є відправниками повідомлень, створюють аудиторії одержувачів повідомлень. В цілому, соціальні мережі диференціюють своїх учасників на групи за інтересами, до яких люди підключаються за своїм особистим бажанням. У мережах змінюється характер традиційних комунікаційних взаємин, зокрема трансформується характер впливу комунікантів, оскільки зростає роль особистого вибору комуніката знаходитися, чи ні, під впливом того, або іншого комунікаційного джерела. В соціальних мережах також зростає можливість встановлювати контакти, підтримувати спілкування або комунікацію.

Так звані блоги в електронній комунікаційній системі також вплинули на класичну модель комунікації, оскільки значно поширили роль комунікаторів в комунікаційному процесі. Блоги можна розглядати як авторські ЗМІ. Вони реалізують інтерактивну, комунікаційну модель, а також мають тенденцію до розвитку за рахунок використання мультимедійних можливостей електронної комунікації. Поки що головним обмеженням блогосфери є документальна комунікаційна складова, тому що в основі технології підтримки

блогів використовується принципи електронної пошти. Але можна очікувати у найближчий час подолання документально-комунікаційних обмежень у мультимедійному середовищі.

Розвиток електронного середовища комунікаційного простору сучасності створює необхідні умови реалізації класичних моделей комунікації в реальній практиці суспільної взаємодії. Новітні веб-технології реалізуються через систему нелінійних зв'язків учасників комунікаційного процесу, змінюють форму повідомлень, що циркулюють в електронних каналах комунікації, інтегрують у собі різні засоби подання і передачі інформації, роблять зворотній зв'язок необхідним елементом комунікаційної взаємодії. Крім того, електронні комунікаційні моделі демонструють міцний взаємозв'язок елементів у комунікаційному процесі. Додамо, що електронні комунікаційні моделі отримують значний розвиток завдяки техніко-технологічній реалізації комунікації як взаємозумовленого процесу, де кожний елемент виконує свою технологічну роль. Але ці моделі нашоухують нас на думки про виникнення і розвиток змістовно психологічних, емоційних моделей спілкування та комунікації в електронному просторі, що створює потребу їх подальшого визначення та вивчення.

У контексті соціально-філософського аналізу комунікативного процесу в умовах глобалізації особливої актуальності набувають нормативні аспекти комунікації, які безпосередньо пов'язані не лише з лінгвістичними нормами, а й з соціокультурним контекстом. Такий аналіз актуалізує питання про те, як здійснюється комунікація і процес розуміння й інтерпретації повідомлень комунікантами в умовах світу, що глобалізується, змінюється характер комунікативного процесу, структура його учасників, а, отже, і моделі комунікації. Категоріальний аналіз взаємодії різних культур в умовах глобалізації з урахуванням особливостей комунікативних медіазасобів показує, що комунікативний процес може не лише сприяти діалогу культур, але і вести в певній ситуації до відчуження культур [333; 386].

Досліджує та концептуалізує нормативну, прагматичну і контекстну моделі комунікації російський дослідник В. Б. Шнейдер [464, с. 59.]. На думку автора, нормативна модель комунікації так чи інакше виходить з припущення, що адекватне розуміння є однією з основних цілей і ціннісним орієнтиром учасників комунікації. При побудові цієї моделі основна увага

приділяється пошуку підстав щодо досягнення розуміння та взаєморозуміння між комунікантами в процесі реалізації мовнокомунікативної взаємодії. Вирішення даної задачі зводиться до розв'язання проблеми кореляції смислів при здійсненні процедур текстоутворення та інтерпретації. Зазначається, що в процесі текстоутворення індивід кодує певний зміст своєї свідомості за допомогою виразів мови. Тим самим текст представляє свій сенс в рамках певного контексту. Такою підставою сенсу, продукованого індивідом, у межах даної концепції виступає внутрішній ментальний контекст індивіда. Характер ментального контексту визначається не лише конкретними обставинами текстоутворення, але й досвідом і знанням індивіда, ступенем його поінформованості. В даному випадку контекст носить особистісно-індивідуальний характер, а культурно-історичний і соціальний контекст проявляється лише опосередковано.

Систематичний аналіз нормативної моделі комунікації показує, що тут ментальний контекст являє собою принципову модель, що експлуатується. В рамках контекстної моделі ментальний контекст подання сенсу в найбільш загальному плані містить різні предметні різновиди уявлення індивіда, значимість яких у детермінації процесу текстоутворення може бути різною в залежності від конкретних умов. Принципово значущим виступає соціально-прагматичний контекст ситуації комунікативного взаємодії, який містить уявлення про цілі, ролі, статус, функції комунікантів тощо. Все це призводить до того, що ментальний контекст комуніканта виступає в якості первинного, значимого фактора. В ході комунікативної взаємодії він набуває якусь форму, що відповідає соціальній структурі, яку представляють комуніканти, або функціональним особливостям того чи іншого учасника комунікації. Тим самим суб'єктивне сприйняття світу адаптується до умов протікання комунікації. Це стосується в першу чергу ініціатора комунікації.

Підкреслимо, у процесі соціально-філософського осмислення зазначених моделей комунікації акцент робиться на питаннях смислоутворення, кореляції смислів у комунікантів і адекватного розуміння ними повідомлень, що отримуються [82; 108; 182; 128; 187; 205; 330; 399]. Аналізуючи модельний ряд комунікації від гіпотези про неї через теорії та концепції до виявлення певних закономірностей, що побудовані на врахуванні як диверсифікації комунікаційної діяльності з одного

боку, так і теоретичних зразків її відтворення в загальній теорії соціальних комунікацій. Такою, на наш погляд, є закономірність еволюційного розгортання соціальних комунікацій у просторі соціальної взаємодії, що опосередкована розмаїттям комунікаційних структур, засобів комунікації та наявністю єдиної комунікаційної системи. Все це пояснює необхідність інтеграції теоретичних положень та результатів спостережень розвитку комунікаційної взаємодії як інтегрованої частини соціуму, що набула вагової сили щодо впливу на його стан та свідомість людей. У світі, що глобалізується, а також на рівнях окремих регіонів, країн, міст актуалізується проблема узгодженості й порозуміння суб'єктів соціальної дії. Значення соціально-комунікаційної діяльності опосередковується моделями комунікаційного процесу, завдяки яким суб'єкти мають досягти бажаного порозуміння. Тобто, головними елементами глобального комунікаційного процесу стають повідомлення і розуміння [249]. У зв'язку з цим постають питання, що є вирішальним фактором задля досягнення взаєморозуміння і як змінюються процеси порозуміння в інформаційному суспільстві. Відповіді на ці питання дають змогу говорити про можливості існуючих моделей комунікації.

Проведений огляд використання модельного підходу до опису соціальної комунікації підтверджує його значення у розвитку теоретичних засад розвитку соціально-комунікаційного знання. Подальші напрями досліджень пов'язані з вивченням процесів інтеграції в сфері комунікаційної діяльності, що зумовлені візуалізацією і віртуалізацією комунікаційного простору суспільства; виявленням нових параметрів, що характеризують електронну комунікацію у віртуальних спільнотах; вивчення умов формування інтеграційних моделей комунікації в суспільстві; вивчення можливостей прогностичних моделей соціальної комунікації з урахуванням соціокультурних трансформацій суспільства [170].

Це вписується до механізму комунікації, враховуючи внутрішню інтенцію мови, яка полягає в тому, що суб'єкти вступають в комунікацію, прагнучи досягти взаєморозуміння або консенсусу. За Ю. Хабермасом, на що звертає увагу автор роботи [249], схема консенсусу зумовлює динаміку комунікації: суб'єкти прагнуть до досягнення згоди, і, незважаючи на те, що згода не завжди можлива, ця інтенція визначає сутність

комунікативного процесу. В якості схеми досягнення консенсусу виступає принцип комунікативної раціональності, який передбачає можливість аргументування висловлювання. Консенсус як ідеальна модель комунікації задає модель соціальної дії в сучасному інформаційному суспільстві: згода щодо значущості власних намагань передбачає згоду щодо світу як горизонту комунікації.

Розгляд існуючих моделей соціальної комунікації свідчить про наявність їх різновидів і доводить, що всі вони зберігають основні структурні елементи, що визначають комунікаційний процес. До базових елементів належать комунікатори, повідомлення. Ці елементи, як і ті, що виникають протягом розвитку соціальної комунікації, зокрема, мета комунікаційної взаємодії, технології, канали, зворотній зв'язок, використовуються для опису соціально-комунікаційної діяльності. У моделях комунікаційного процесу знаходять відображення зміни елементів комунікації, схеми взаємопов'язаності елементів, що відбивається на відображенні комунікаційної діяльності. Увага представників різних комунікаційних інститутів суспільства в різних комунікаційних ситуаціях привертається до тих елементів, що відповідають загальному стану системи соціальних комунікацій та її впливу на стан соціальної взаємодії в цілому. В наш час увага дослідників від технологічних особливостей комунікаційного процесу, їх відображення у моделях комунікації та соціально-комунікаційної діяльності переміщується до вивчення змін в станах комунікаторів, поведінці аудиторій, виокремлення видів та рівнів комунікації. Однак, незважаючи на тривалу історію формування модельного ряду соціальних комунікацій, актуальним залишається вивчення питання про змістовну сторону комунікаційної взаємодії або про семіотичну підсистему соціально-комунікаційної системи суспільства.

3.3. Соціально-комунікаційна діяльність у глобальному інформаційному процесі

В останній чверті ХХ ст. у світовому розвитку відбувалися важливі процеси, що істотно вплинули на практику світової інформаційно-комунікаційної взаємодії. Глобалізаційні процеси є актуальними темами обговорень фахівців [167; 359], які дають широкий огляд подій у сучасній цивілізації з погляду впливу на життя суспільства, на спосіб життя та ментальність

людей, на комунікації. Зазначається, що змінюється не лише зміст праці, в десятки і сотні разів зростає її продуктивність. Спостерігається новий рівень розвитку людської взаємодії, що охоплює все суспільство. Ми спостерігаємо новий рівень розвитку людства з тенденцією глобалізації в усіх сферах людської діяльності.

Розгортання процесу глобалізації в сучасній цивілізації впливає на життя суспільства (формування нових потреб, умов і форм комунікації, ціннісних орієнтації, форм і способів самоідентифікації особистостей та соціальних груп), складаються особливі відносини між глобалізацією як якісною характеристикою рівня розвитку сучасної цивілізації і культурою [471]. Глобалізація відбувається як нелінійний процес. Вона розвивається хвилеподібно і пройшла вже не один період: людство переходить до нової технологічної революції, тобто на зміну Першій хвилі (аграрної цивілізації) і Другій (індустріальної цивілізації) приходить нова, третя хвиля, що призводить до створення надіндустріальної цивілізації [7; 425].

Глобалізаційні процеси розгортаються у соціально-комунікаційному просторі та є вже досить розвинутими щодо структурування й аналізу [286]. Глобалізація стала відзнакою світового суспільного життя з початку ХХ століття, але особливої актуальності вона набула в умовах формування інформаційного суспільства з середини ХХ століття. Поштовхом до процесів глобалізації, одним з головних факторів, що поширив глобалізацію, був науково-технічний прогрес у науково-виробничій сфері суспільства.

У наукових дослідженнях стосовно питань соціокультурного розвитку суспільства під впливом інформатизації головним аспектом було визначення ролі та значення інформації й комунікацій в цих процесах. Такі автори як Р. Ф. Абдєєв, М. Кастельс, Н. Луман, М. Маклюен, Т. Масуда, М. М. Моїсеєв, Е. Семенюк, Е. Тоффлер, А. Д. Урсул, Ю. А. Шрейдер підкреслювали важливість цих наукових конструктів щодо створення нової соціальної реальності. Значний внесок до розгляду трансформаційних процесів соціокультурної реальності й визначення глобалізації як стійкої тенденції розвитку суспільства зробив Яковець Ю. В. [471]. Він акцентує увагу на трансформаціях соціокультурного устрою соціуму і пов'язує їх із формуванням базисних інновацій в економічній та виробничій сферах суспільства.

Соціокультурний аналіз глобалізаційних тенденцій є об'єктом наукового аналізу у роботах Шейка В. М. [460].

В ході процесу глобалізації науковці обговорюють також протиріччя спонтанного розвитку як властивості неухильного розвитку цивілізації, розширення її потенціалу, неминуче притаманними їм ступенем невпорядкованості й некерованості процесу, особливо в неосновних і периферійних сферах (саме тут накопичуються негативні наслідки процесу), та тенденцію керованого упорядкування, що висловлює прагнення до об'єднання зусиль і можливостей вирішення так званих «глобальних проблем», до оптимізації спільного задоволення подібних і спільних потреб розвитку (зادля цього створюються всілякі інститути, що регулюють розвиток світової економіки і політики, міжнаціональні організації культури, як постійні, так і тимчасово діючі, що виробляють механізми та стратегії вирішення виникаючих проблем) [34; 177; 178; 264].

Одним з найважливіших факторів глобалізації є бурхливий прогрес технологій, насамперед, у сфері електроніки, комунікацій, транспорту. Утворення світових систем та мереж, їх проникнення в усі сфери суспільного життя розглядається як головний фактор глобалізації людської цивілізації. Ознаками цього процесу є майже тотальна залежність, взаємозумовленість, взаємопов'язаність соціокультурних процесів, що відбуваються в житті сучасного суспільства, а взагалі, і в житті кожної людини. Окремо слід виділити швидкий розвиток мікропроцесорної техніки, цифрових технологій, засобів телекомунікацій. У результаті з'явилася реальна можливість для формування глобального інформаційного середовища.

Глобалізація породжує також проблематику медіа-глобалізації виробництва і розповсюдження матеріалів масової комунікації [33; 201; 433; 480]. Це пов'язано з виведенням на масовий ринок послуг супутникового і кабельного телебачення, комп'ютерних компакт-дисків. Особливо перспективним є використання цифрових способів передачі інформації. Цифрове мовлення передбачає різке підвищення якості зображення й зниження виробничих витрат, а у пересічного телеглядача з'являється можливість вибору потрібного каналу з десятків, а часом і сотень програм. Причому, поряд з власне ТБ, програмами пропонуються за додаткову плату спортивні канали, канали відеофільмів, електронних газет, телемаркетингу,

мультимедіа та підключення до інформаційних мереж, включаючи Інтернет.

Поширення глобалізаційних зв'язків у сфері економіки та бізнесу вплинули на процес перетворення культурного простору і формування загальносвітових культурних стереотипів [229]. Глобалізація також відображає певні протиріччя в процесі свого розвитку, оскільки стосується історично встановлених етнокультурних, національно-культурних картин світу, що викликає негативну реакцію щодо глобалізаційних тенденцій. Глобалізація сприймається як втручання до звичного устрою життя, загроза національним, культурним цінностям, небезпека зникнення джерел відтворення традиційних культурних зразків місцевості, етносу, нації, країни тощо. Фахівці також передбачають певні тенденції уніфікації культурних зразків, що не лише нівелюють особливості соціокультурних звичок, але і додають їм певного культурного розмаїття.

Глобалізація визнається як системний процес, до якого залучаються всі суспільні підсистеми, зв'язки між ними [471]. В умовах глобалізації простежується два протилежних процеси. З одного боку, це уніфікації різних сторін життєдіяльності суспільства, а з іншого – протидія уніфікації соціокультурних параметрів життя суспільства. Повною мірою все це відбивається в соціально-комунікаційній сфері та стає джерелом наукової рефлексії. Можна зазначити наявність певних циклів у розвитку соціально-комунікаційної діяльності, що зумовлюється превалюванням того чи іншого засобу комунікації. Першим циклом становлення комунікаційної діяльності можна вважати біосоціальний період її розвитку з використанням знаково-символьних засобів комунікації невербального характеру. Другим можна вважати цикл розвитку усно-мовної комунікаційної діяльності. Третім є письмовий період, включаючи друкований етап комунікаційної діяльності, що базувалися на ручних та механічних (машинних) технологіях здійснення комунікаційних процесів. Четвертий цикл пов'язаний з електронізацією комунікаційної діяльності, що заснована на комп'ютерних технологіях, включаючи останній етап медіатизації, що спостерігається сьогодні. Глобалізація торкнулася і сфери соціально-комунікаційної діяльності. Становлення світової системи соціальних комунікацій є в наш час головним виміром суспільного розвитку [155]. Її структура, особливості організації комунікаційних процесів, управління,

технології впливають на соціально-комунікаційні відносини та на загальний стан соціальної взаємодії. Це викликає потребу вивчення основних учасників, виявлення нових форм організації соціально-комунікаційної діяльності, їх взаємозв'язок та наслідки впливу на суспільне життя. Ці питання включені до наукових дискусій, прийняття рішень, розробки проектів в сфері практичної діяльності медіа фахівців.

У межах наукового напрямку «соціальні комунікації» процеси глобалізації комунікаційної підсистеми вивчаються в різних аспектах: соціально-діяльнісному; науково-комунікаційному; інформаційно-виробничому; професійно-діяльнісному; техніко-технологічному; мас-комунікаційному. Це дозволяє визначити напрями системного розгляду комунікаційної діяльності, а також визначити основні напрями інтеграційних тенденцій, що відбуваються в соціально-комунікаційній підсистемі суспільства. В контексті розгляду глобального комунікаційного процесу необхідно враховувати всі зміни, що відбуваються в його складових. Перше, що зазначається фахівцями при розгляді сучасної системи соціальної комунікації, є визначення того факту, що змінився формат суб'єктів комунікаційного процесу. Індивідуальні комунікатори доповнилися комунікаторами на рівні соціальних інститутів, що складають основу інституалізованої, офіційної, регламентованої комунікації.

Всі ці інституалізовані суб'єкти можуть виступати в двох ролях: як первинне джерело інформації та комунікат, що самостійно транслює комунікаційні повідомлення і підтримує їх рух в комунікаційній системі суспільства. До них ми відносимо соціальні інститути, що здійснюють будь-яку соціокультурну діяльність. Іншими суб'єктами є посередники, що акумулюють, обробляють, розповсюджують, зберігають, здійснюють документально-інформаційне обслуговування комунікаційної сфери суспільства. Це професійні інституції комунікаційної діяльності в суспільстві. Вони також можуть бути джерелами первинної інформації, що містять відомості про їх діяльність, призначення, рекламу тощо, тобто це професійні спеціалізовані комунікатори.

Трансформації суб'єкт-суб'єктних та суб'єкт-об'єктних відносин у глобальному комунікаційному процесі зумовлені формуванням електронних технологій комунікації [237]. Ці умови ми розглядали вище, але маємо звернути увагу на те, що

диференційовані за різними суб'єктами комунікаційної діяльності функції в умовах використання електронних комунікаційних технологій дають можливість суб'єктам обирати нові форми комунікаційної поведінки, брати на себе комунікаційні функції, що раніше виконувалися спеціальними комунікаційним структурами. Нові умови надають можливості новим конфігураціям організації соціально-комунікаційної діяльності всіх суб'єктів комунікаційного процесу, а також зміну конфігурацій об'єктів комунікаційного впливу, що виникають в електронному комунікаційному просторі.

Соціокультурний розвиток сучасного суспільства підпадає під залежність від якісно нового рівня інформаційних технологій, що роблять комунікаційні зв'язки в суспільстві практично безмежними. Завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій комунікаційна сфера суспільства стала всеохоплюючою у соціальному просторі і часі. Ступінь використання комунікаційних мереж та систем є ознакою цивілізаційного рівня суспільства, його суб'єктів та певною вимогою перспективного розвитку. Вивчення особливостей глобалізації в соціально-комунікаційній сфері потребує уточнення її просторових характеристик та складу діяльності. Становлення світової системи соціальних комунікацій також було визнано наслідком і, водночас, умовою розгортання соціокультурної глобалізації.

У процесі розвитку людської цивілізації система соціальних комунікацій пройшла декілька етапів, що пов'язуються дослідниками з інформаційно-технологічними [162; 164; 213; 376] та соціокультурними трансформаціями, а також змінами засобів виробничої діяльності [184]. Тобто, на сучасному етапі система соціальних комунікацій складає підсистему суспільства, що забезпечує його функціонування як глобального і створює умови інтегрального розвитку [175]. Слід додати, що сферу соціально-комунікаційної діяльності в цьому розумінні можна відносити як до чинника, так і до наслідку соціально-культурного прогресу людської цивілізації. Таким чином, вона сама знаходиться під впливом глобалізаційної тенденції, що є відзнакою функціонування сучасного суспільства. Глобалізація в сучасній соціально-комунікаційній системі впливає на життя сучасного суспільства через створення умов глобального зв'язку на основі мультимедійних комунікаційних систем та мереж, формування світових медіа-

організацій, загального доступу до інформації. Крім того, виникає простір вільного руху культурних смислів, що відбиває розмаїття соціокультурних надбань людства. Такий простір впливає на потреби людей, змінює їх звичайні умови життєдіяльності як в особистому, так і в суспільному плані, вимагає нової організації життя.

Соціально-комунікаційна сфера діяльності складає систему, в якій існують і перетинаються різні предметно-діяльнісні рівні: документально-комунікаційний, інформаційно-комунікаційний, когнітивно-комунікаційний [120; 163; 184; 261]. Зазначимо, що подальші дослідження соціальних комунікацій напряду пов'язані з вивченням трансформаційних змін в сері соціальної комунікації та її організаційно-діяльнісних функціонально-технологічних, змістовно-продуктивних форм, а також із визначенням їх взаємозв'язків на різних рівнях системної організації комунікаційної системи суспільства (глобальному, регіональному та локальному рівнях).

В цих умовах сфера мас-комунікаційної діяльності стала глобальною і, крім того, сама є одним із головних факторів глобалізації. Завдяки ЗМІ люди вийшли з замкнутих інформаційних, економічних, політичних і культурних просторів на планеті. Роль ЗМІ, на думку В. Іванова та М. Назарова, пов'язана з трансформацією інститутів медіа в організації сфери бізнесу, з формуванням ринків реклами, телепрограм, а також засобів виробництва і доставки телепродуктів аудиторії [167]. Реалізація логіки ринку в діяльності комерційних медіа може бути представлена наступним ланцюжком: вирішальним у боротьбі за рекламодавця стає поняття «рейтингу». Перед нами замкнений цикл: реклама – гроші – аудиторія – реклама [316].

Провідні медійні транснаціональні структури суттєво впливають на виробництво і розподіл світових інформаційних потоків, використання інформаційних ресурсів, що були накопичені в традиційних соціально-комунікаційних структурах (бібліотеки, архіви, музеї), так і тих, що генеруються в сучасному мережевому медіа просторі. Глобальна лібералізація економіки, зменшення регулюючої ролі держави з очевидністю проявляється і у сфері ЗМІ. Уряди часто віддають пріоритет розвитку комерційних медіа, тоді як можливості для розвитку громадських медіа скорочуються. Це, у свою чергу, накладає відбиток на загальний стан комунікаційної взаємодії в

суспільстві, становище соціально-комунікаційних структур у соціальній системі в цілому.

У контексті глобальних змін комунікаційного процесу значних трансформацій зазнав такий елемент комунікаційного процесу як повідомлення. Суть повідомлення закладена в інформації, що передається між комунікаторами в процесі їх комунікаційної взаємодії. Різні форми організації інформації в процесі її оформлення як повідомлення засобами усної, письмової, електронної комунікації пройшли довгий шлях свого розвитку, модифікувалися у відповідності до історичного часу та соціокультурного устрою суспільного життя людства. Лише на початку ХХ ст. інформація як головна характеристика змістовного наповнення комунікаційних каналів отримала значення стратегічного ресурсу суспільства.

Загальний контент глобальної системи соціальної комунікації, що сьогодні презентує комунікаційний простір суспільства у традиційному або електронному вигляді, містить у собі загальний соціальний результат розвитку суспільства. Все більше дослідників звертаються до питань осмислення, визначення способів та принципів обробки інформації для вилучення найбільш цінних та значущих для процесів функціонування суспільства та передачі наступним поколінням. Новий статус інформації дослідники пов'язують з тим, що не лише ресурсний підхід до інформації підвищує відповідальність відносно головних елементів комунікаційного процесу, але й з якими наслідками інформація транслюється соціально комунікаційними каналами [57; 392; 431]. Тобто, мається на увазі комунікаційна цінність, що впливає на характер суспільних відносин.

Інформаційно-комунікаційні ресурси становлять загальну цивілізаційну цінність, оскільки вони знаходяться у вільному доступі для значної кількості населення, що підвищує значення не лише організації цих ресурсів, але й якості з точки зору впливу на різні групи користувачів. Відповідальність за якість інформаційно-комунікаційних ресурсів несуть не лише виробники інформації – суб'єкти комунікаційної дії, але і професійні комунікатори, що здійснюють комунікаційну діяльність в суспільстві. А в умовах комунікаційної активності пересічних людей в мережевому просторі відповідальність за якість інформаційних ресурсів покладається також і на них. Тобто, кожний учасник комунікаційної взаємодії стає

відповідальним за комунікаційний процес та його наслідки в новому комунікаційному просторі.

Комунікаційні ресурси суспільства мають проходити певну експертизу на всіх рівнях їх формування: на особистому, колективному, державному, міжнародному та світовому. Виконання цієї умови потребує значних зусиль всіх суб'єктів комунікаційної дії з виконання загальних стандартів подання інформації та її відповідності загальнолюдським цінностям. Звісно, що для виконання таких умов необхідно перш за все мати технічну можливість у вигляді наявності необхідної техніки, засобів, відповідних комунікаційних продуктів та послуг, мережевих сервісів, фахівців. Також необхідна методична підтримка комунікаторів у вигляді масової комунікаційної підготовки, пропаганди екології комунікаційного контенту, етичних норм при формуванні комунікаційних повідомлень. Можна додати той факт, що значно підвищується вага такого елементу комунікаційного процесу як комунікаційний шум. Якщо раніше це питання пов'язувалося лише з окремим каналом передачі інформації, то сьогодні це стає ознакою глобального комунікаційного процесу. Забруднення інтегрованого комунікаційного каналу, яким стає Інтернет, завдає великої шкоди з декількох точок зору: 1 – забруднює інформаційні ресурси; 2 – призводить до викривлення інформації; 3 – породжує і поширює нові міфи; 4 – призводить до інформаційних перевантажень; 5 – ускладнює взаєморозуміння між сучасниками комунікації та ін. Зазначимо, що це накладає додаткову відповідальність на дослідників з погляду поглиблення розуміння впливу як технічних бар'єрів, так і соціально-психологічних аспектів комунікаційної взаємодії, а також призводить до необхідності розробки певних організаційних заходів в сфері діяльності професійних комунікаторів для зниження впливу комунікаційних перешкод.

Масштаби інформаційних ресурсів потребують їх розгляду як сукупного інформаційного ресурсу і необхідності формування методів управління цими ресурсами в масштабі інформаційного простору суспільства. Завдання глобального управління інформаційними ресурсами передбачають не лише їх ефективну організацію у вигляді електронних баз даних, репозитаріїв, поточних джерел інформації, але й певного розподілу функцій стосовно генерування, обробки, подання і розповсюдження інформації в комунікаційному просторі

суспільства. Можливо, ми можемо поставити питання про багаторівневність системи управління світовими інформаційно-комунікаційним ресурсами за певними критеріями, що дозволили б рівне представництво інформації у відповідності до потреб вирішення першочергових завдань стійкого розвитку сучасної цивілізації.

Серед матеріалів, що циркулюють в соціально-комунікаційній підсистемі суспільства, переважаючими є форми подання інформації, що орієнтовані, перш за все, на комерційний успіх. В цих умовах ЗМК стали потужними трансляторами цінностей суспільства споживання як світового феномену та головною характеристикою суспільства. Причому, зараз можна б говорити скоріше про глобальне медіа-споживання, ніж про глобальне виробництво матеріалів ЗМК, де здійснюється конкурентна боротьба за медіа-пріоритети в єдиному комунікаційному просторі суспільства. Глобалізація ЗМІ породжує проблеми національного комунікаційного простору, зокрема в змістовно аксіологічному плані. Світові медіа часто стають одним з інструментів реалізації влади в тих політико-культурних просторах, де раніше домінували інформаційні інститути національної держави. Глобалізація ЗМК значною мірою ставить перед суспільством проблеми власності та контролю щодо діяльності світових медіа компаній.

Глобалізація в мас-комунікаційній сфері проявляються у вигляді підпорядкування комунікаційних процесів в різних сферах суспільного життя в руках глобальних акторів, які впливають на його елементи. Мас-комунікаційні технології, динаміка їх розвитку та використання, наповнення змістом, дозвіл доступу в наш час залежать від транснаціональних суб'єктів комунікаційної дії. При цьому національні ЗМІ, продовжуючи виконувати функції, відчувають зростаючу залежність від світового медіа-ринку.

Аналіз процесу глобалізації комунікацій на базі нових технологій призводить до питання про вплив цих процесів на соціум. Зокрема, актуалізуються питання про те, чи відбувається переформатування соціальних зв'язків, їх змісту, форм, є розвиток глобальних комунікацій спусковим механізмом якісно і в змістовному сенсі нових процесів у житті суспільства та людини. Це фундаментальні питання, які залишаються дискусійними і недостатньо вивченими. Разом з тим, інтерес до даної проблематики зростає [332-334]. Футурологічний підхід

до комунікації найбільш яскраво представляє теорія інформаційного суспільства (Д. Белл, А. Тоффлер, Г. Маклюен). В даній теорії засоби комунікації розглядаються в якості єдиного стимулу та джерела соціального розвитку. Соціально-комунікаційна діяльність тут виступає основою культури та продукування культурних цінностей загально цивілізаційного значення.

Можемо назвати ці процеси глобалізаційною інтеграцією в соціально-комунікаційній сфері, що стає визначальною тенденцією у зовнішньому контурі соціально-комунікаційної діяльності. Враховуючі положення про те, що саме інфосфера є сферою зародження, становлення, функціонування та розвитку соціально-комунікаційної діяльності в суспільстві [184], необхідно включати до розгляду глобалізаційних тенденцій всі ознаки соціальної комунікації в її організаційному, управлінчому, правовому, ресурсному проявах, що складають основи функціонування та розвитку соціально-комунікаційної діяльності.

Таким чином, соціально-комунікаційна діяльність сучасності пов'язана з відтворенням глобального інформаційного процесу, який підпадає під дію закономірностей розвитку великих систем. Сучасна соціально-комунікаційна діяльність стикається з проблемою формування системних уявлень про всі елементи класичної моделі комунікаційного процесу. Глобальний рівень розгляду цих елементів зумовлює вивчення комунікаторів контенту, різних форм повідомлень, комунікаційних каналів, комунікаційних бар'єрів, а також додаткових елементів, які характеризують їх структуру з системних позицій як утворень глобального масштабу, що мають вплив на функціонування та розвиток глобального суспільства. Це відкриває перспективи поглиблення теоретичних досліджень в теорії соціальних комунікацій з точки зору відтворення глобальної комунікаційної взаємодії на різних рівнях її організації: інституціональній та неінституціональній як умовах функціонування нової парадигми розвитку глобальної культури сучасного інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 4. ПРОСТОРОВО-СЕРЕДОВИЩНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

4.1. Розвиток соціально-комунікаційної діяльності в умовах медіатизації культури

У сучасній культурі загальноцивілізаційним явищем є зміна комунікаційної парадигми розвитку суспільства. Зростання обсягів інформації, майже миттєве її розповсюдження каналами комунікацій, соціально-комунікаційні системи, глобалізація, візуальний характер подання інформації впливають на характер та специфіку спілкування і комунікацій, форми зв'язку, поведінку суб'єктів соціальної взаємодії, змінюють характер ціннісно-світоглядних установок людей. Подібний стан соціально-культурної ситуації спостерігався у середині ХХ ст., коли розпочалася масштабна трансформація суспільної діяльності на основі комп'ютерної техніки та технологій. Світ спостерігав становлення інформаційної цивілізації, зразки якої захопили уявлення науковців, політиків, економістів, культурологів, а також все населення планети, породжуючи очікування позитивних змін у суспільному житті, покращення умов буття, досягнення стабільності та злагоди [34; 121; 178; 201; 261; 262; 376; 392; 425].

Багато очікувань пов'язано з формуванням умов виникнення нового інформаційного світогляду людей, що поєднає ентропійні процеси, посилені попередніми індустріальною та постіндустріальними епохами [350; 392]. Інформаційне суспільство поставило нове питання взаємодії, особливо відносно глобалізаційних тенденцій, які були розглянуті у Розділі 3 п. 3. 3. Нова соціально-культурна ситуація, що виникла завдяки технічним можливостям зв'язку та передачі інформації, її презентування в соціально-комунікаційних каналах, підняла хвилю досліджень інформаційної культури. Інформатизація сучасного суспільства призводить до посилення системних властивостей соціального простору, що дало підстави Н. Луману визначити культуру, життєвий світ як підсистему суспільства [255].

Питання інформаційної культури є найактуальнішими і пріоритетними в стратегіях розвитку світового порядку в умовах становлення глобального інформаційного суспільства [2, 260]. Інформація визнана загальнолюдською культурною цінністю. Науковці визнають чотири фактора, що пов'язують культуру й

інформацію: 1 – їх універсальність; 2 – єдність направленості на свідомість та життєвиявлення людей; 3 – їх соціальна детермінованість, що має тенденцію до глобалізації; 4 – орієнтація на особистість, що має тенденцію на індивідуалізацію [15, с. 15]. Тим самим культура та інформація були поєднані через їх загальну нормативно-ціннісно-регуляторну функцію [там же]. Інформація та інформаційна культура були включені до стратегій міжнародних світових та регіональних організацій [29; 31; 121; 155]. Побудова інформаційного суспільства вноситься до плану дій ООН та міжнародних зустрічей і знаходить відбиття у низці спеціальних документів, таких як Окінавська Хартія, рішення Всесвітніх Самітів (World Summit on the Information Society (www.wsis.org)) [330].

Відповідно, життєвий світ – лише фактор комунікації, так як процеси інформатизації призводять до зміни як соціальної системи, так і підсистем всього суспільства. Суспільство та його соціокультурні характеристики складають зовнішній контур соціально-комунікаційної діяльності, що входить до розгляду та вивчення дослідників [123; 366; 369; 370; 379; 392]. Тому можна вважати, що перетворення у зовнішньому контурі мають бути включені до розгляду соціально-комунікаційної діяльності в якості суспільно-історичної практики. Це має практичний сенс з точки зору аналізу комунікаційної ситуації в країнах при виборі шляхів цивілізаційного розвитку, побудови інформаційного суспільства, поширення демократичних основ його функціонування. Зокрема, про це пише український дослідник проблем побудови інформаційного суспільства в Україні В. О. Даніль'ян: «Саме комунікація визначає сферу виробничої діяльності, стереотипи мислення, соціальної поведінки. Наше суспільство протягом багатьох років було принципово анти комунікаційним. У суспільстві, побудованому на принципах комунікації, людина є головною фігурою у виробленні і використанні інформації. У такому разі суспільство не є машиною, а гнучкою системою різноманітних і багатовимірних комунікаційних структур» [121, с. 120].

«Інформаційне поле» носить одночасно й об'єктивний, і суб'єктивний для людини характер. Інформаційні потоки пронизують усі види діяльності людини: соціальну, науково-пізнавальну, практичну (перетворювальну). В нових умовах традиційна сегментація одержувачів інформації в аудіо-візуально-друкованій формі втрачає свої попередні позиції. З

розвитком комунікацій та комунікативних засобів суспільство стикається з новим характером соціальної стратифікації. Вперше на це звернув увагу Д. Белл [34]. Стратифікація в даному випадку багато в чому визначається залученістю країни до глобальної комунікації й рівнем розвитку технологій [331].

Формується принципово новий соціокультурний простір, в якому людина має доступ до всіх часів і просторів одночасно. Інформаційний простір та його структура і властивості є об'єктом вивчення у ХХ столітті. Ретельний аналіз цих питань ми зустрічаємо у роботах В. В. Зотова [163; 164]. Взаємозалежність інформаційного простору та функціонування окремих суспільних підсистем, зокрема соціально-комунікаційної, включені до розгляду у роботах [30; 120; 364; 461]. У цей період формуються уявлення про зародження та розвиток техносфери, інфотехносфери, соціосфери, документосфери в умовах інформаційного простору [97, 163, 164, 180, 213, 274, 380, 432]. Нові дослідження значною мірою зумовлюють універсалізацію та уніфікацію комунікативного простору і мають суттєвий вплив на сприйняття спільних культурних кодів, символів, що забезпечують участь індивіда в глобальній комунікації.

Основним результатом розвитку сучасної системи мультимедійної комунікації є формування особливого простору, що вже отримало певного вигляду як нова суспільна комунікаційна реальність.

Поняття нової соціальної реальності формувалося поступово. В основі цього когнітивного руху в науці є досягнення розуміння про те, що інформаційна реальність утворює сукупність різних видів інформації: інформація в неживій природі та соціальна (циркулююча в суспільстві). Приводом відтворення інформаційних процесів є обмін інформацією між людьми, колективами людей, що формує інформаційне поле, в якому протікає вся життєдіяльність людини.

В системі глобального культурного простору у 80-ті рр. ХХ ст. важливим явищем в системі соціальних комунікацій став Інтернет. Культура Інтернету і віртуальні технології стають невід'ємною частиною життя сучасної людини. Ці нові реалії вимагають свого концептуального осмислення. Інтернет в якості межі, що зумовила становлення паралельних світів існування сучасної людини реальної і віртуальної і, водночас відкрив шлях

до досягнення їх пов'язаності та взаємозалежності. Новий комунікаційний простір ще знаходиться на стадії формування і не до кінця зрозумілі можливі наслідки цього процесу. Разом з тим, безперечно те, що Інтернет і віртуальна реальність як базові елементи нового світу комунікації, являють собою концептуальний зсув парадигми не лише сприйняття, а й розуміння світу.

Іншим важливим питанням, пов'язаним з візуальною реальністю, є вплив віртуальної реальності на соціум. У цьому сенсі цікавою є робота професора психології Університету Джорджтаун С. Калверта [478], який вказував на те, що комп'ютери фундаментально змінили інтерактивні недоліки, які характеризували раніше радіо, телевізійні передачі.

Сучасне інформаційне середовище характеризується не лише різким кількісним збільшенням обсягів інформації, але і глобальною інтелектуалізацією соціально-комунікаційних процесів. На ці процеси ще з початку ХХ століття вплинула інституалізація наукової сфери суспільства [241; 254]. Нарешті, це передбачило когнітивний поворот в соціально-психологічному стані суспільства і відбилося на впровадженні інтелектуальних технологій в комунікаційну сферу суспільства [193; 194]. Формується тенденція, коли інформація, що зберігається в соціально-комунікаційних структурах та відповідних інформаційних системах, вже не використовується у готовому вигляді, а потребує спеціального аналітичного оброблення, синтезування і відповідного подання у базах знань та пошукових стратегіях [57; 213; 209].

Інформаційний простір є одним зі способів подання динамічної, візуальної та аудіальної інформації і швидко набув ознак медіа простору. Медіа простір вже розглядається як новий якісний стан комунікаційного простору суспільства і фактор культурних трансформацій ХХІ ст. [154; 182; 197; 205; 206; 224; 262; 267; 325; 333; 364; 385; 440; 456; 463; 515]. Багато в чому М. Маклюен передбачав розвиток комунікації в сучасному суспільстві ще в 60-70-ті роки (до появи Інтернету та глобалізації телебачення) та віддавав пріоритет візуальній комунікації. Він вважав, що сучасна культура – візуальна за своєю сутністю, на противагу, наприклад, культурі ХІХ - початку ХХ століття, переважно письмовій (друкованій). Винахід друкарського преса в свій час також змінило комунікативну парадигму, відкривши «галактику Гутенберга».

Глобалізація комунікації, за Маклюеном, призводить до створення єдиного комунікативного простору – «глобального селища»

Комунікативний інформаційний простір сучасного соціального світу представлений двома рівнями комунікації – масовою та мережевою. Перша асоціюється з національними культурами, трансформованими модернізацією, і відсилає нас до одностороннього процесу пасивного споживання інформації. Друга – концентрується навколо транснаціональних потоків капіталів, організаційної взаємодії, інформації, технології, образів і символів, домінуючих в соціальних процесах. Мережева комунікація забезпечує двосторонній процес, в якому генератор і одержувач інформації мають активні, що формують цю комунікацію, ролі. Таким чином, для кожного рівня комунікації характерні власні стратегії включення в соціальний, культурний та інформаційний простір. Дослідники вже знаходять підтвердження тому, що нові тенденції соціального буття людини у світі, що глобалізується, містять значно менше протиріч, ніж це здавалося спочатку [19]. Дані дослідження О. М. Астаф'євої підтверджують роздуми В. О. Ільганаєвої про те, що обмеження етноментальності долаються когнітивною інтеграцією у сприйнятті єдиного соціокультурного простору сучасності [184].

Сьогодні дослідники говорять про наявність медіального зрушення в системах культурного і соціального обміну. Епоха тотальної активізації цифрових медіа зробила їх головним вектором, індикатором, ідентифікатором формоутворення комунікаційних відносин і, врешті-решт, амбітним актантом структури інформаційних взаємодій. У зв'язку з цим постала проблема дослідження генезису та еволюції медіа. Стало можливим говорити про особливий «просторово-часовий континуум медіа» [224].

В умовах становлення комунікаційного суспільства значна частина населення планети виявилася включеною до нової комунікаційної реальності, яка характеризується істотно розширеним доступом до різноманітних знань і відомостей. У людини з'явилася можливість звертатися до подій в режимі реального часу, ставати їх співучасниками. В цілому поєднання можливостей комп'ютера з мережами телекомунікації «стискає» час і простір, зменшує значення національних кордонів.

Дослідники визначили основні характерні риси суспільства, що вступило до епохи медіа:

- зміна просторово-часової конфігурації культури під впливом гнучких комунікаційних технологій, що зв'язують культурні світи в єдине глобальне поле значень;

- освоєння нового динамічного досвіду культурної ідентифікації, пов'язаного з посиленням залежності форм культурної адаптації від інтенсивності інформаційного обміну у світовому масштабі;

- розвиток форм горизонтальної комунікації, що надає людині свободу звернень до окремої особи, будь-якого інституційного елемента соціальної піраміди, субкультурної спільності на умовах сутнісної автономії й рівноправності поза статусними обмеженнями;

- зміна уявлень про природу віртуального в дослідженнях соціального конструювання;

- розширення сфери впливу мультимедійних потоків у процесі соціокультурного обміну, що виникає завдяки поширенню цифрових технологій обробки інформації;

- підвищення статусу подібних презентацій за рахунок активного розвитку мультимедіа технологій;

- зміна середовища проживання, способу переміщення процесів формоутворення в електронне середовище, на кордон досліджень мікро- і макросвітів;

- динамізація відносин між художніми об'єктами, яка виникає завдяки формуванню нової просторово-часової конфігурації обміну соціальною інформацією;

- відсутність соціокультурного досвіду адаптації до динаміки складно структурованих потоків медіа інформації [325].

Нова комунікаційна культура сьогодні відтворюється на основі еволюції форм електронної комунікації (Див. Р.3. п. 3.3.). Становлення єдиної комунікаційної системи передбачає дію єдиного принципу передачі, обробки текстових, аудіовізуальних даних, створює передумови для формування інтегрованої системи комунікаційних середовищ. Обмін образами розглядається багатьма дослідниками як новий спосіб формування нової системи міжсуб'єктних зв'язків і відносин на основі розвитку мультимедійних комунікаційних технологій. Розгортання медійного простору знайшло відображення у численних публікаціях і складає підґрунтя для широких узагальнень питань суспільної взаємодії.

Дослідники констатують розвиток структур і формування абсолютно нового глобального простору комунікаційних зв'язків і відносин, що виникає на основі комунікаційних середовищ. Це є свідченням системної організації, до якої включають: інформаційну техносферу, інфосферу, документосферу, сенсоросферу, семіосферу, ноосферу, медіасферу [176, с.196]. Становлення та розвиток суспільної комунікаційної системи призвело до формування єдиного комунікаційного простору суспільства. Структурне оформлення комунікаційного простору зумовлене становленням соціально-комунікаційної діяльності, що пройшла через опанування всієї сукупності засобів соціальної комунікації, засобів комунікаційної дії, технічні та технологічні трансформації, становлення організаційних структур та інститутів комунікаційної діяльності.

Медіа сфера, як зазначають дослідники, це комунікативна сфера, що охоплює різні рівні прояву комунікаційних відносин у соціальному просторі і часі, на думку фахівців, набуває реальних рис і впливає на наше життя [454]. Ільганаєва В. О. стверджує, що медіа сфера знаходиться в стадії становлення, накопичення фактів, явищ, технологій медіації, формування відповідних середовищ, прообрази яких проглядаються у сучасній соціокультурній та соціально-комунікаційній реальності і отримують опис з приставкою «медіа». Вона є результатом медіації як процесу, який формує нові соціальні реальності, відмінні від сформованої дійсності [176, с.193-197].

Розглянуті вище властивості Інтернету повинні мати свого «споживача» – того, чий образ світу і образ Я потребують саме такого середовища. У даний момент склалася вже досить велика і диференційована спільнота користувачів Інтернету, в якому поряд з випадковими відвідувачами, постійними користувачами певних ресурсів, «працівниками Інтернету» виділяється й група людей, яких доречно назвати «жителями Інтернету». Це ті, хто має достатньо високу мотивацію перебування в Мережі, зокрема, витрачають значні фінансові та часові ресурси, а також демонструють високу емоційну включеність в проблеми Інтернету; при цьому власне ділових завдань, що вирішуються засобами Інтернету у них або небагато, або вирішення цих завдань пов'язується з вирішенням інших, частіше комунікативних завдань. Ця група демонструє тенденції, характерні для Інтернету в цілому. В Інтернет-просторі «мотиви

комунікативного, корпоративного і креативного змісту, мотиви особистісного спілкування набувають все більшу представленість у системі мотиваційної регуляції» [454].

Саме технократичний підхід до сприйняття зміни комунікаційного середовища викликає страх і бажання виявити загрози, приховані в цьому новому середовищі. На це звертає увагу А. Мірошниченко і підкреслює, що страх випереджає розуміння нового комунікаційного середовища [274]. Виникає об'єктивна необхідність навчання й освіти з метою освоєння нової соціальної реальності, вироблення певних правил і норм поведінки в ній.

Характер комунікаційного простору відбиває його як позитивний так і негативний вплив на суспільство. При цьому вирішення питань, що виникають, вимагає спільних зусиль від інститутів соціальної комунікації, від громадськості, що представлена організаціями і рухами, від держави в цілому.

Ознакою появи нового комунікаційного явища є відтворення природно-штучних зв'язків та реалій соціальних відносин, в основі яких лежать механізми формування людини, суспільства, соціального інтелекту [176, с. 309]. Про це свідчить історія формування просторово-середовищних характеристик, що є найактуальнішим напрямом досліджень комунікаційної сфери, оскільки цей простір сприймається дослідниками як умови життєдіяльності сучасної людини і суспільства в цілому. Актуальними стають вивчення таких аспектів соціального інтелекту як адаптивність, комунікативність, креативність [66]. Дослідники звертають увагу на такі властивості простору як багат шаровість, нелінійність, багатосередовищність [140; 163; 185; 213; 380; 392]. Багаторівневість комунікаційного простору, його неоднорідність породжує певні проблеми їх вивчення.

В структурі комунікаційного простору розрізняють техносферу (інфотехносферу), інфосферу, семіосферу, соціоінфосферу, сенсоросферу, а до її складу відносять ноосферу. Слід зазначити, що питання структури та співвідношення комунікаційних середовищ, незважаючи на певні досягнення в теорії соціальних комунікацій ще не досягли свого остаточного вирішення. Але вже той факт, що дослідники збігаються у поглядах стосовно наявності декількох середовищ в структурі комунікаційного простору, надає впевненості, що це питання поступово буде з'ясовано. Більш дискусійним постає питання про єдність комунікаційного простору, бо єдність, за

визначенням В. О. Ільганаєвої, це «міцні, стійкі зв'язки між двома або більше елементами комунікаційної системи» [176, с. 166]. Тобто, якщо ми кажемо про єдність комунікаційного простору, то ми передбачаємо наявність такого зв'язку між усіма його середовищами, що вже є, чи ще формуються.

Приклад середовищного структурування комунікаційного простору ми знаходимо у роботах В. О. Ільганаєвої [175; 184; 185]. Якщо використати її підхід, то у такому разі комунікаційний простір можна розглядати як результат комунікаційної діяльності людини і як форму суспільного буття. Тоді, «відповідно до цього складається уявлення про: інфотехносферу – середовище технічних засобів відтворення глобальних інформаційних циклів; інфосферу – середовище інформаційних потоків, комунікаційних зв'язків й обігу документалізованої, структурованої будь-якої інформації, в т.ч. електронної, і формалізованих знань; семіосферу – середовище смислів, що забезпечують розуміння і взаєморозуміння діючих суб'єктів суспільства; ноосферу – середовище ментальних структур» [184]. На думку автора, ці середовища презентують нові якісні зміни об'єктів соціальної дії, нові форми буття, а також інновації, що зумовлюють перетворення внутрішніх та зовнішніх зв'язків суб'єктів комунікаційної діяльності. Саме ці складові комунікаційного простору ми і використовуємо щодо виявлення глобалізаційних та інтеграційних тенденцій в соціокультурній підсистемі суспільства.

Тому зазначимо, що до базового напрямку глобалізації в сфері соціальних комунікацій ми відносимо техносферу. Сучасний стан та тенденції глобалізації соціально-комунікаційного простору в техносфері, без сумнівів, пов'язаний з інформаційно-комунікаційними технологіями, що в комплексі презентують різні засоби створення та подання інформації в комунікаційних каналах. Залежність функціонування та розвитку соціальних комунікацій від технологічних досягнень є загальноновизнаним фактом. Фахівці навіть зазначають головування технократичного погляду на соціальні комунікації в умовах інформаційного суспільства [392]. Техносфера трактується часто як інфотехносфера, що відбиває значення інформаційних технологій в суспільному виробництві [140; 392].

Тенденції глобалізації в інфотехносфері пов'язані зі становленням як базового середовища комунікаційного

простору, що є найбільш вивченим. Дослідники погоджуються у думці, що найбільшим фактором, що зумовлює глобалізаційні тенденції в суспільстві, є динамічний розвиток технологій, перш за все, в галузі електроніки, зв'язку, телекомунікацій на цифровій основі. Все це підготувало формування глобального інформаційного середовища [140]. Новітні інформаційні технології стали основою стрімкого розвитку технологічних платформ глобальних мереж у сфері науково-технічної інформації, бібліотечній сфері, сфері державного управління, а потім і необхідною умовою щодо розгортання комунікаційних соціальних мереж. Нова технологічна база комунікаційної сфери суспільства внесла серйозних змін до традиційних сфер масового впливу: радіо, телебачення, преси [167], що пройшли шляхом значних технологічних трансформацій, вплинули на стан, особливості та характер соціальних зв'язків у новому комунікаційному просторі.

Не вдаючись до спеціального розгляду цього напрямку, будемо вважати, що він є необхідною умовою розвитку інших середовищ комунікаційного простору. В цьому зв'язку можна додати, що сучасна соціально-комунікаційна діяльність в своїй організаційно-функціональній структурі переживає процеси координації, кооперації та інтеграції на міжнародному рівні. Участь у цьому різних країн визначає залученість країн до глобального цивілізаційного процесу, що визначає напрям розвитку культури людства.

Глобалізація в сфері соціально-комунікаційної діяльності зумовила необхідність в її інформаційно-комунікаційному правовому забезпеченні. В умовах єдиного комунікаційного простору з'являється низка проблем, які можна подолати лише за умов об'єднання зусиль глобальних учасників цього процесу у сфері соціальних комунікацій і відповідно всіх учасників комунікаційного процесу. Інформаційне право стає важливим фактором суспільної взаємодії [442; 444]. Реакцією на це є створення різних інституцій, об'єднань, що на світовому рівні намагаються вирішувати виникаючі проблеми. До цього напрямку можна віднести сферу інформаційно-комунікаційного права та глобального управління комунікацією. Щодо першого, то до значного внеску у становлення інформаційно-комунікаційного права можна віднести діяльність ООН та її підрозділів, зокрема ЮНЕСКО [465]. Серед програм ЮНЕСКО з координації комунікаційного та інформаційного просторів

найвідомішими є програма «Інформація для всіх», «Пам'ять світу», а також програми з захисту цифрового надбання та міжнародна програма розвитку комунікації. Це також відбивається у збірках міжнародних правових актів, документах ЮНЕСКО [129], розгляду яких присвячено роботи Є. І. Кузьміна, С. П. Кудрявцевої, Л. В. Петрової [228, 231, 353]. Додамо, що міжнародне інформаційне право знайшло своє місце в структурі міжнародного загального права [149].

У сфері державного управління соціальними комунікаціями теж спостерігається глобалізація, що зумовлена розвитком інфотехносфери. Влада переходить на цифрову основу і розширює можливості вдосконалення комунікаційних зв'язків різних державних інституцій як на міжнародному, так і на національному рівні. Це породжує організаційно-технологічні та інформаційно-правові тенденції організації комунікаційних відносин в суспільстві та його підсистемах. Відносно цього підіймається питання в спеціальних публікаціях стосовно таких питань як електронна влада, електронне адміністрування, електронна митниця, електронні розрахунки, електронний муніципалітет та ін. [135].

В медійній сфері інформації надається велике значення, а також її впливу на суспільні процеси. Домінування інформаційно-технологічно розвинутих країн має певні наслідки в галузі генерування та транспортування соціальної інформації. Фахівці вважають, що така перевага надає їм змогу розповсюджували західні культурні цінності, зокрема американські, і впливати на соціально-культурну ідентифікацію людей, які є споживачами мас-комунікаційних каналів. Можна висловити думку про те, що в цьому проявляється певна асиметрія між інформаційно багатими та інформаційно бідними країнами. Вважаємо, що таких розподіл не є точним і не відповідає дійсності. Наприклад, Україна не є інформаційно бідною країною, але з точки зору її присутності в світових науково-інформаційних ресурсах вона виглядає недостатньо розвинутою. Це стосується і, так званого, «культурного експорту» в глобальній мережі Інтернет, а також в сфері шоу-бізнесу. Ці питання пов'язані з організацією і змістовно-цільовою компонентою діяльності національних комунікаційних систем і структур, створення умов їх адекватного функціонування.

Трансформаційні процеси соціокультурних складових відбулися в усіх підсистемах комунікаційної системи суспільства. Початок та розгортання цього процесу наприкінці ХХ століття наводять у своїй статті В. М. Іванов та М. М. Назаров [167]. ЗМК одними із перших комунікаційних структур випробували на собі вплив економічних факторів інформаційного суспільства. Інтеграція економічних відносин в комунікаційній сфері створила умови появи глобальних медіа корпорацій. До вивчення цих аспектів зверталася і українська дослідниця О. В. Зернецька [155]. Тенденції індустріалізації сфери масової комунікаційної розглядає у своєму підручнику «Теорія масової комунікації» В. В. Різун [379].

В публікаціях розглядаються три рівня функціонування комунікаційного простору, до яких належать: світовий, регіональний, локальний. До аналізу функціонування соціальних комунікацій відносно цих рівнів вдаються В. О. Ільганаєва, О. Зернецька, В. В. Різун, А. В. Родін [155; 156; 175; 379; 380]. Родін А. В., посилаючись на розробки західних (П. Бурдє, К. Левін) і російських (В. Г. Чернікова, В. Г. Виноградський) вчених, ставить питання про необхідність структурування, виявлення взаємопов'язаності та взаємодії різних просторових структур [380].

До тенденцій формування єдиного соціально-комунікаційного простору можна віднести становлення міжнародного ринку інформаційних послуг та продуктів. Головними учасниками цих процесів є міжнародні генератори інформації, постачальники інформації, рекламні та інформаційні агенції, бібліографічні бази даних та інформаційні служби [120]. Найбільш розвинутими зонами медіа ринку є ринок звукозапису, виробництво фільмів та книговидання. У вітчизняній науці цим аспектом соціально-комунікаційного напряму приділяється значна увага. Зокрема, об'єктами спеціального вивчення стали: інформаційний ринок; техніко-технологічні засади та світові тенденції у документопостачанні бібліотек [407]; медіа технології в науковій сфері України [461].

Семіосферне середовище комунікаційного простору теж стає важливим напрямом глобалізаційних процесів, але в його технологічному втіленні. Це пов'язано з актуальною тематикою засвоєння глобального віртуального простору соціальних комунікацій. Як зазначають автори роботи [57], необхідність опрацювання інформаційних об'єктів та великих обсягів

інформації, що циркулює в мережі Інтернет, зумовила використання семіотичних правил: семантики, синтактики і прагматики стосовно не інформації як знаку, символу, коду, тексту, а іншого предмета діяльності і праці – знання, яке має субстанційну природу. Л. В. Нургалеєва пише про сучасну медіа реальність, яка є складно структурованою реальністю медіа текстів та їх елементів, що корелюються всередині себе на різних смислових і сенсорних рівнях [325].

Визначення семіосфери як комунікаційного явища передбачав Ю. М. Лотман. У своїх семіотичних дослідженнях він відкриває знакове втілення процесів комунікації в різних сферах суспільного життя, там де є інформаційні процеси. Ю. М. Лотман розглядає культуру в цілому як ієрархію семіотичних систем тексту [250, с. 516]. Схожі погляди пов'язують представників, так званої Тартуско-Московської наукової школи (Б. М. Гаспаров, М. Л. Гаспаров, Вяч. Вс. Іванов, Ю. М. Лотман, О. М. П'ятигорський, Ю. С. Степанов, В. М. Топоров, Б. А. Успенський та інші дослідники [339, с. 59]. Семіосфера в роботах згаданих науковців розглядається як результат і властивість культури. «Поza межами семіосфери немає ні комунікації, ні мови» зауважує Ю. М. Лотман [250, с. 252]. Еко У., який вивчав семіологію візуальних повідомлень, розширив межі комунікаційних явищ через включення до них архітектурних споруд, витворів мистецтва [468].

На думку Ю. Хабермаса, в нових умовах вивчення комунікаційних процесів повсякденності складає основу формування уявлень про форми соціальності [491]. Додамо, що методологічно важливим при цьому стає аналітика форм соціально-комунікаційної діяльності та тенденції в її процесуальній та субстанціональній складових. Процеси суспільної емансипації в сучасному суспільстві стимулюють розвиток комунікативних механізмів у просторі життєвого світу людей, відображаючи тим самим процеси раціоналізації в суспільній свідомості. Новітні дослідження розвивають ці ідеї.

Сучасні цифрові медіа розглядаються в якості одного з прикладів складно організованого семіотичного середовища [262; 250; 385]. Об'єднання різних семіотичних кодів мов у сучасному медіа тексті являє собою в сукупності не тільки складну структуру збереження і передачі сенсу, емоційних імпульсів, станів і переживань, але і свого роду систему «гострого реагування на життєві явища. Потенціал

еволюціонування такої системи пов'язаний з розвитком комунікаційних кодів у напрямку формування більш сенсорно активних систем опису реальності [422].

Отже, медіа виступають важливою функціональною ланкою системи просторово-часових відносин, забезпечуючи дію механізмів адаптації та еволюціонування соціокультурних відносин.

Сучасний віртуальний комунікаційний простір вже можна розглядати як приклад однієї з частин його глобального прояву, що є складно організованою системою. Використання поняття «єдиний комунікаційний простір сучасності» не завжди позитивно сприймається дослідниками. Зрозуміло, що це поняття є виразом ідеального стану комунікаційного простору. Автор роботи [411] стверджує, що на сьогодні не існує єдиного комунікаційного простору, аргументуючи це ствердження розглядом розривів в комунікаційній взаємодії через багатомовність суб'єктів комунікації, приховування смислів в процесі здійснення медіа контакту, редукцію тексту в нових медіа формах тощо. Комунікаційний простір і наукове знання про нього все ще знаходяться в агрегаційному стані, тобто в становленні своєї єдності.

Як правило, фахівці розглядають два основних напрями, в яких соціальні наслідки функціонування глобальних медіа оцінюються з якісно різних позицій: 1– «критичний» відносно глобалізації медіа, виходить з аналізу політико-економічних підстав. Тут акцент зроблено на поданні про глобальну культуру як сферу переважного домінування культурних зразків сучасного Заходу, оцінках глобалізації, насамперед, як «вестернізації»; 2 – альтернатива першому, що виходить з досліджень особливостей сприйняття матеріалів ЗМІ аудиторією, специфіки інтерпретацій текстів реципієнтами з різних культурних середовищ [462]. Але ці точки зору вже спростовуються дослідниками [497]. Розвиток капіталізму, індустріальних відносин, національних держав об'єктивно призводить до зростання ареалів сучасної цивілізації в різних географічних частинах сучасного світу. У цьому сенсі західні країни об'єктивно втрачають привілейовані позиції, оскільки тепер слід говорити про розширення галузей виробництва і функціонування глобальних культурних зразків [516].

Функціонування соціальних комунікацій як системи суспільної діяльності несе в собі ознаки протиріччя соціально-

економічного та культурного значення, що ставить багато завдань теоретичного і практичного характеру та потребує серйозної уваги з боку фахівців. Найбільш явними характеристиками стану комунікаційного простору на сьогодні є його асиметрія та незбалансованість. Явище асиметрії в соціально-комунікаційній сфері можна віднести до керованості та некерованості інформаційно-комунікаційних процесів в суспільстві, де спостерігається більш упорядкований структурований рух інформації, розроблені алгоритми доступу до наявних ресурсів, норми та правила, а на периферії комунікаційного простору спостерігається неупорядковані потоки, що не мають мережевих зв'язків, локалізовані інформаційні ресурси обмеженого доступу. При характеристиці сучасного комунікаційного простору сучасності слід звернути увагу на наявність цифрового розриву в доступу до інформації на різних суспільних рівнях. Перший розрив спостерігається на міжнародному рівні та характеризується нерівністю використання інформаційно-комунікаційних технологій людьми, які живуть в різних частинах світу. В цьому контексті частіше говорять про велику інформаційно-технологічну прорву між розвинутими та нерозвинутими країнами. Другий розрив стосується нерівності можливостей використання інформаційно-комунікаційних технологій на теренах однієї країни її резидентами з огляду на соціально-економічній, освітній та культурний стани, а також на місце фактичного проживання. Все це є важливими факторами, тому що від них залежить вільний доступ індивіда до інформаційних потоків країни та регіону в цілому. До третього розриву відносять переваги, що надала цифрова революція, а саме можливість вільно висловлювати, оприлюднювати свої думки. Слід зауважити, що цифрова революція має як свої переваги, так і недоліки. З одного боку, вона дала змогу спілкуватися майже без кордонів та лімітів, але з іншого – знизилася рівень інформаційної безпеки особистості та потребує вирішення питань захисту людини у світовому комунікаційному просторі.

Від зовнішнього контуру соціально-комунікаційної діяльності, який ми розглянули вище, слід звернутися до її внутрішнього контуру, де також спостерігаються значні зміни. Головним чином це відбилося на функціонуванні мас-комунікаційній діяльності. В цьому сенсі, крім подібної технологізації та проявів ринкових механізмів, їх зміст стає

схожим, про що свідчить множина типових програм. Це стає загальною практикою світових ЗМК [167].

За оцінками фахівців, на що посилаються автори статті В. М. Іванов, М. М. Назаров, світовий ринок медіа 90-х рр. представляв собою своєрідну триярусну структуру [167]; перший ярус складають потужні вертикально інтегровані конгломерати. Це десять провідних компаній в сфері індустрії розваг і відповідної програмної продукції, які володіють також глобальними мережами розповсюдження, а також цілий ряд суб'єктів: національні уряди, офіційні міжнародні фінансові інститути (Світовий банк, Міжнародний валютний фонд). Крім того, важливу роль тут відіграють впливові ради з міжнародних відносин, куди входять представники світової політичної й економічної еліти (Більдерберзький клуб, Тристороння комісія, Світовий економічний форум та ін.); другий ярус це близько 30 великих компаній, що у 2-5 разів поступаються за своєю величиною компаніям першої групи. Їх активність зосереджена в основному на регіональних або спеціалізованих медіа ринках. Показово, що всі вони здійснюють свою діяльність в кооперації з компаніями першого ярусу. Велика частина компаній цього типу входить у першу тисячу провідних світових компаній; третій ярус утворюють тисячі відносно невеликих національних виробників, що надають послуги для компаній першого та другого ярусів. Найбільш розвинутими зонами світового медіа ринку є ринки звукозапису, виробництва фільмів та книговидання. Світовий ринок звукозапису характеризується найбільш високим рівнем концентрації – контролюється обмеженим числом гравців: PolyGram (19%), Time Warner (18%), Sony (17%), EMI (15%), Bertelsmann (13%), Універсальний (9%). Практично всі ці компанії є складовими частинами провідних світових медіа конгломератів. Це стосується і світової кіноіндустрії, де домінували такі гравці, як Disney, Time Warner, Viacom, Universal, Sony, Poly-Gram, MGM, News Corporation. Книговидання в силу специфіки видавничої справи, а також національних, мовних і регіональних особливостей характеризується меншим рівнем концентрації та монополізації. Однак і тут виділяються три провідних світових книговидавця: Bertelsmann, Viacom, Time Warner, також афільювані з глобальними медіа структурами.

У 90-ті рр. на світовому медіа ринку спостерігалися небувалі раніше об'єднання і поглинання провідних гравців у

напрямку збільшення та посилення ступеня вертикальної інтеграції, що обумовлено причинами економічного порядку. До таких, наприклад, належать такі об'єднання як Viacom-Paramount, Disney-ABC, Time Warner-Turner. По-перше, інтеграція призводить до більшої ефективності компаній, пов'язаної з більш повним використанням виробничих засобів і персоналу. По-друге, це передбачає використання нових можливостей перехресних продажів і просування послуг, а також привілейований доступ до закритих раніше телекомунікаційних можливостей поширення матеріалів [167].

Провідними гравцями на світовому медіа ринку є компанії, які знаходяться у США. Їх лідерство визначається цілою низкою факторів. Важливим є розвиненість і величина самого медіа ринку США, що дозволяє успішно застосовувати в світі заздалегідь «відпрацьовані» маркетингові стратегії. Суттєвим є також факт активного використання в усьому світі англійської мови як мови міжнародного спілкування, особливо серед представників середніх і вищих шарів значної кількості країн.

Поряд з домінуванням США у світовому медіа бізнесі, слід врахувати успіхи компаній ряду країн, які освоюють індустрію медіа та розваг: Sony (Японія), Philips (Голландія), News Corporation (Австралія). У 90-ті рр. порівняно з періодом 60-х-70-х рр. ситуація абсолютного домінування індустріально розвинених країн у виробництві продукції масової комунікації зазнала змін. Окремі країни третього світу як Бразилія, Мексика, Єгипет, Індія стали не лише виробниками телевізійних матеріалів – насамперед, фільмів і художніх програм, а й експортерами культурної продукції. Це надало змогу прихильникам концепції «глобального плюралізму комунікації» стверджувати про подолання ситуації одностороннього потоку інформації та культурної гегемонії Заходу [167].

Поки що не знайдено достатніх аргументів відносно питань: 1 – сприйняття інформації особистістю й аудиторіями у різних соціокультурних умовах; 2 – як культурний контекст впливає на процес інтерпретації [515]. Невипадково вчені використали поняття «семіотичної демократії», «культурного протистояння». Дослідники відзначають велику потребу у здійсненні широкої міжнародної кооперації задля подолання протиріч і сприяння формуванню загально-професійних уявлень

про процеси, що відбуваються в медіа просторі сучасної культури [167].

Інтернет як глобальний позадержавний засіб комунікації, надає величезні можливості та відіграє ключову роль у специфіці розвитку бізнес-комунікацій, маркетингових і рекламних комунікацій, наукових, освітніх тощо. Зокрема, реклама сьогодні є потужним засобом впливу на суспільство. Для реклами є характерним процес укрупнення, формування світових рекламних конгломератів. Провідні рекламні групи утворюють конгломерати з найбільш потужними PR агентствами, забезпечуючи своїх клієнтів засобами корпоративного лобювання, впливу на журналістські кола та управління громадською думкою практично в усьому світі. Все це пов'язано з необхідністю виконання бізнес-завдань, так званих, транснаціональних корпорацій за просування своїх товарів на ринок у світовому масштабі [471]. Спостерігається серйозний вплив реклами на виробників інформаційної телекіно продукції, а також в індустрії розваг.

Можна підсумувати, що просторово-середовищні характеристики соціально-комунікаційної діяльності дозволяють упорядкувати аналітичне підґрунтя вивчення явищ, процесів, фактів, що відбивають новий стан культури і утворюють нову соціальну реальність. Сучасний світ соціальних комунікацій розширює бачення світу через безліч творів різних культур, відкривається багатовимірність світу, культури, формується орієнтація на спілкування, компроміс, взаєморозуміння, творче освоєння культури, національна культура розкривається в контексті світової культури.

Сказане дозволяє подати комунікацію в розгортанні діалогу культур всередині соціально-комунікаційної системи суспільства [123; 211]. Зокрема, на це вказують представники документально-інформаційної галузі, роблячи акцент на тому, що це є умовою подолання різних бар'єрів з досягнення взаєморозуміння між людьми.

Звичайно, це ідеальний результат комунікації в інформаційному обслуговуванні, на шляху до якого є чимало перешкод, пов'язаних з різним ставленням інформаційних служб до своїх завдань, з обмеженістю комплектування цих служб, їх слабкою технічною оснащеністю, недостатньою кваліфікацією працівників і психологічними бар'єрами комунікації [123].

Науково-технічна інформація – документована інформація, що виникає в результаті наукового і технічного розвитку, а також інформація, якої потребують керівники, наукові, інженерні та технічні працівники в процесі своєї діяльності, включаючи спеціалізовану економічну та нормативно-правову інформацію.

Змінилися підходи до осмислення художньо-чуттєвих складових соціально-комунікаційної діяльності. Певні аспекти змін в цій сфері ми розглядали у Р. 2. і Р. 3. Важливість дослідження ролі медійного фактору у самовизначенні, саморегуляції та у відтворенні соціуму і культури в часі і просторі набуває гострої актуальності. Багато в чому це обумовлено розвитком цифрових форм, методів і практик інформаційної взаємодії, що зробили більш наочною місію медіа як включеної ланки еволюції соціокультурного досвіду.

Кінематограф, фотомистецтво, література у сучасному медіальному світі мають тенденцію щодо тлумачення оточуючої реальності і людини. Б. Гройс зазначає, що традиційні види мистецтва в попередні часи робили предметом рефлексії не тільки власну практику, але і свій медіум в цілому [113, с. 86]. Предметом рефлексії сучасної літератури ставав не тільки літературний, а й будь-який текст [44; 45]. Також і сучасний живопис претендує на мультимодальність презентації свого змісту.

Складно заперечувати той факт, що в останні роки відмічається зростання вітчизняних телепрограм, що є результатом боротьби за глядачів і наслідком комерціалізації українського телевиробництва. Це також можна віднести до загальної тенденції глобалізаційної суспільної практики, що орієнтована, в першу чергу, на залучення до комунікації максимально великої аудиторії. Засобом досягнення комерційного ефекту стають блокбастери з кримінальними сюжетами, мелодрами, невибагливі комедії [358, с. 148].

В сфері політики простежуються схожі комунікаційні процеси, що є продуктами соціально-комунікаційної діяльності, її стратегії та технологій. Політика, на думку автора роботи [432, с. 81.], більш схожа на спектакль та спорт, а громадяни перетворюються на стороннього спостерігача.

Міфологічна комунікація ґрунтується на міфах. Використання міфологічних структур дозволяє комунікатору здійснювати неусвідомлюваний явно вплив на аудиторію. В

силу неосязності та автономності існування цих структур, аудиторія не може протистояти їм. В масовій політичній комунікаційній діяльності часто реальні соціальні проблеми замінюються спрощеним уявленням про вічну боротьбу двох міфологізованих сил добра і зла, своїх-чужих, схід-захід тощо.

Всю практику сучасного мистецтва Б. Гройс узагальнено називає практикою медіальної саморефлексії [113]. Сучасні процеси дигіталізації культури роблять ще більш актуальними дослідження корінних питань про стан і призначення людства та людини у світі, що розвивається, про межі творчої свободи, про співвідношення реального та ірреального в різних системах ідентифікації, про статуси динамічної та статичної форми в практиках соціального конструювання, про специфіку просторово-часового моделювання картин світу, про роль раціонального та ірраціонального начал в колективному та індивідуальному мисленні і т.д.

Новий медіа простір суспільного існування характеризується включенням в систему комунікаційних зв'язків цифрових артефактів, появою нових просторово-часових параметрів організації комунікаційних альянсів, що дозволили сформуванню відкрите поле світового віртуального простору. Нова соціально-комунікаційна ситуація дозволяє з будь-якого місця планети, використовуючи нові знаряддя зв'язку (монітори комп'ютерів, мобільні телефони, комунікатори, телеекрани і т.д.) спостерігати різні форми конкурентної боротьби образів, ідей, знаків, символів, ритуалів, нормотворчості та включатися в неї при необхідності без зволікання. Медіа простір вже сприймається як атрибут сучасної комунікаційної системи суспільства.

Таким чином, аналіз соціально-комунікаційної діяльності в умовах трансформації культурного середовища дозволяє підтвердити наявність їх коеволюційних зв'язків та взаємозумовленості. Структурні ознаки медіа простору стають орієнтирами вивчення тенденцій інтеграції в сфері соціальних комунікацій. За нашим переконанням, структурування комунікаційного простору та визначення напрямів соціально-комунікаційної діяльності складає необхідні умови для визначення завдань розвитку соціально-комунікаційної діяльності.

Визначення конструктивних елементів соціально-комунікаційної діяльності допомагають упорядковувати слабко

структуровані масиви інформації про комунікаційні явища, що вивчаються в межах теорії соціальних комунікацій, а також створюють умови формування метанауки про соціальну взаємодію. Аналітичний погляд на обрані напрями становлять зовнішні фактори соціально-комунікаційної діяльності, дозволяють вивчати дисбаланс середовищних елементів комунікаційного простору та виявляти їх вплив на функціонування соціально-комунікаційної системи суспільства. Ми можемо констатувати, що на цей час найбільш дослідженою є інфотехносфера соціальних комунікацій і вона знаходиться у широкомасштабних інтеграційних процесах. Наступною є інфосфера, включаючи сферу управління і права, що набули ознак інституалізації, конкретних організаційних форм та наукового узагальнення. Відносно семіосфери слід зазначити, що вона не набула необхідного рівня розвитку, а також необхідного рівня наукової рефлексії в соціально-комунікаційному знанні. Це стосується і таких складових комунікаційного простору як ноосфера. У цьому напрямі можна лише визначити певні тенденції з наукової інтерпретації, що з'являються в межах наукових розвідок медіа психології, медіа діяльності, психолінгвістичного аналізу соціальних комунікацій [105]. Ноосферні аспекти дослідження сучасної цивілізації ми маємо розглядати як потребу у визначенні загальносвітоглядних складових сучасної культури, а також впливового елементу формування комунікаційних повідомлень. На це скеровують не лише філософські узагальнення процесів, що відбуваються в сучасному соціокультурному просторі та пізнанні нової соціокультурної реальності, а й певні спеціальні розвідки в царині комунікаційної проблематики [134; 224; 225; 276; 432]. Просторово-середовищні характеристики слід розглядати як відображення процесу культурної трансформації сучасної цивілізації. Вони впливають на процеси в самій соціально-комунікаційній системі та головним чином впливають на діяльнісні характеристики представників різних комунікаційних підсистем.

В історії мистецтва технологічні впливи започаткував вивчати Ф. Поппер.[363; 505]. Саме він заклав основи вивчення техно-культурної гібридизації в історії мистецтва та її вплив на образно-чуттєву комунікацію. З його точки зору, технологічне мистецтво є результатом фундаментальної інтеграції мистецтва і технологій, а не просто засобом або додатковою можливістю

естетизації останніх. Він визначив технологізаційні пошуки мистецтва як одну з найважливіших тенденцій культурної динаміки ХХ-го століття. Ця тенденція формувалася ще в період машинної технології соціальних комунікацій, яскравим прикладом чого була фотографія ще наприкінці ХІХ сторіччя [144; 385]. Технологічне мистецтво спочатку активно намагалось зблизити візуальність кіно з театральним, музичним виконанням.

Авангардні експерименти початку ХХ-го століття привнесли значний технологічний елемент і скульптуру (кінетичне мистецтво, світлове мистецтво), і в театральну, і в музичну творчість. Гібридизація була тим необхідним елементом творчих пошуків виразних форм мистецтва, від яких очікувався новий ефект щодо презентування соціокультурних смислів та передачі тих відчуттів, що зароджувалися у творчому процесі митців під впливом фантастичних змін у можливостях подання, передачі та сприйняття інформації про світ, що вийшов за межі звичної реальності. До кінця ХХ ст. мистецькі експерименти призвели до формування нового медіального простору культури, який стає все більш привабливим, зручним для участі у процесі культуротворчості значних мас населення. Творчі майстерні, он-лайн навчання прийомам мистецької діяльності вже відбувається прямо в мережі. Творці мистецької продукції та її споживачі знаходяться в одному просторі, який не обмежується ні часом, ні територією. Більш того, учасники творчого процесу в комунікаційній площині можуть обмінюватися своїми позиціями, як ті, що створюють художній меседж, так і ті, що його отримують. Можна очікувати, що за дуже короткий час ми вже зможемо оцінити масштабність та глибину процесів розкриття потенціалу креативних властивостей нового комунікаційного простору, зокрема і як простору сучасного мистецтва.

Дослідники-мистецтвознавці використовують приклади нових мистецьких форм і відповідно зв'язків з аудиторією, що вже стали класичними. Завжди згадуються світло-просторові модулятори Ласло Махоли-Нагі – одного з найвизначніших представників німецької школи Баухауз; Луї Кастеля – з близькими за сутністю експериментами зі світлом, кольором і (реальним) простором; В. Мейєрхольда, Е. Памполіні і Ф. Марінетті; О. Шлеммера, які були піонерами машинізації театрального мистецтва і творцями нової естетичної платформи

обґрунтування своїх експериментів. Всесвітньо відомі техно-музичні експерименти російського інженера Л. Терьоміна, який створив унікальний музичний інструмент «Терменвокс», звуковидобування в якому відбувалося як реакція на рухи людського тіла (що, наприклад, дозволяє перевести безпосередньо танець в звук). Музична естетика початку ХХ-го століття в цілому повернулася до фізичної основи звуку і технологічних засобів звукопородження (К. Штокхаузен, Д. Кейдж, Е. Варез) [493]. Виразна сила електромашинної технології отримала нового розвитку у радіомовній індустрії та телебаченні, які, крім розповсюдження продукції культурного виробництва, досить швидко приходять до створення власного оригінального контенту [92].

Звісно, що поява комп'ютерної техніки викликала новий виток розвитку технологічного мистецтва. З початку 50-их років ХХ ст. стрімкий розвиток кібернетики та комп'ютерних технологій створив новий просторовий контекст трансформацій технологічного мистецтва: світлові скульптури стали лазерно-голографічними інсталяціями, кінопроекційні установки замінилися відео - і телепроекційними роботами (відео-арт) з перетворенням зображення в реальному часі [92]. Мистецтво отримує новий елемент комунікаційного процесу, якого не було раніше – зворотній зв'язок, інтерактивну комунікацію, якої так бракувало представникам мистецтва у реалізації його комунікаційної функції. У цьому зв'язку згадуються інтерактивні машини і скульптури Гордона Паска, комп'ютерна музика Л. Хіллера, Я. Ксенакиса і Макса Метьюса, кібер-театр Біла Клувера і Роберта Раушенберга, алгоритмічний живопис та анімація М. Нолла, Ч. Шурі, К. Нолтона, М. Мора та ін. [92].

Поступово мистецтво наповнюється ідеологією постіндустріального суспільства, а потім і світоглядними концепціями постмодернової культури. Комп'ютерне програмування та медіатизація комунікаційного процесу створюють нові творчі підходи до відтворення суспільної реальності, до того ж вже в середині нової віртуальної реальності. Зокрема, мережеве мистецтво – net art нових жанрів цифрового мистецтва, що засноване на технології гіпертексту й існує лише у мережі Інтернет. Подібні мистецькі експерименти зосереджені навколо різноманіття гіпертекстових, мультимедійних та інтерактивних можливостей Інтернету. Вони значно впливають на розвиток мистецької мови з

використанням нових систем презентації чуттєвого досвіду, який корегується в ході безпосередньо взаємодії учасників мистецької комунікації.

Створюється новий візуальний ландшафт комунікаційної взаємодії, де мистецтво стає фактором розкриття творчого потенціалу споживачів культурного продукту. Кінематограф першим сприйняв нові технологічні можливості нових формоутворень мистецтва з використанням цифрових технологій. Якість подання візуальної продукції новим телебаченням, захоплення телебачення Інтернетом і далі розкручує мистецьку конкуренцію. Тут залишається важливість з боку митців не втратити сенс в процесі пошуку форм мистецтва. Це також можна перенести й на інші сфери соціальної комунікації, тому що нова ситуація комунікації завжди ставить нові питання сенсу.

Наведемо цікавий факт, що ілюструє нове ставлення до інформації, яка рухається мережею. Нові комунікаційні феномени наштовхують дослідників на роздуми. Скажімо, поява нових понять, що символізують нові умови комунікації. У Вікіпедії наведено слово копілефт (від англ. copyleft; іноді перекладається як ліве копіювання) – своєрідний каламбур від слова «копірайт» (від англ. copyright – право копіювання). На противагу традиційному підходу до авторського права, при якому обмежується свобода копіювання творів, копілефт використовує закони про авторське право щодо забезпечення неможливості обмежити будь-якій людині права використовувати, змінювати і поширювати як саме цей твір, так і твори, базовані на ньому. Феномен open source містить більш вагомий зміст, який приховується за його не досить чіткою організацією та принципами. Але вважається, що за ним є можливі риси майбутнього типу цивілізації і культури – вільної культури. Можливо, що так формується новий вектор майбутнього розвитку комунікаційних відносин, як передбачає автор роботи [393]. Багато «світоглядних універсалій» будуть наповнені новим змістом, потрібно створити нову понятійну сітку вільної культури під знаком open source. Такі категорії і поняття як «свобода», «авторське право», «інтелектуальна власність» і т.д. повинні бути переглянуті. І в першу чергу, необхідно переглянути правила власності відносно матеріальних цінностей, вироблених в контексті європейської культури. Саме на принципі open source має спиратися сучасна освітня,

наукова, політична, виробнича комунікаційна діяльність, якщо допустити її регуляторний характер стосовно екології комунікації.

Соціально-комунікаційна діяльність отримала в наш час нові просторово-середовищні характеристики. Інновації стосувалися всіх її складових, утворивши при цьому нові середовищні умови генерування інформації, її подання і передачі, переробки і споживання або сприйняття. Соціально-комунікаційна діяльність знаходиться на етапі медіального зсуву в системі обміну суспільною інформацією та знанням. Вона набула нового цивілізаційного значення в системі суспільних зв'язків, що поєднують все суспільство. Соціально-комунікаційна діяльність у відповідності до структури комунікаційного простору отримує необхідні засади свого переструктурування. При цьому ми маємо враховувати фактичний розвиток її технічної сфери в Україні, статусні ролі підсистем, рівень готовності професійних комунікаторів сприйняти нові факти, процеси, явища, що впливають із її глобальної конфігурації. Додамо, що ставлення до соціально-комунікаційної діяльності як до цілісної сфери суспільної практики сьогодні є визначальним у вирішенні важливих соціально-культурних завдань України.

4.2. Інтеграційні передмови формування корпусу професіональних комунікаторів

Соціально-комунікаційна система суспільства є добре структурованою відносно своїх складових, включаючи комунікантів, реципієнтів, контент (у будь-якому вигляді), комунікаційні канали, комунікаційні інститути та структури, технології, професійні кадри. Загальна характеристика системи, особливості її підсистем, функціональне розмаїття розглядають в межах теорії соціальних комунікацій В. О. Ільганаєва, Г. Г. Почепцов, А. В. Соколов, окремі підсистеми аналізуються в роботах С. М. Квіта, З. В. Партики, В. В. Різуна. Нові світові тенденції економічного зростання, збільшення темпів здійснення технологічних змін, зміни факторів ефективності праці впливають на функціонування соціально-комунікаційної сфери суспільства. Все це зумовлює виникнення нових вимог до професіоналів та дає поштовх щодо розвитку вимог до фахівців сфери соціальних комунікацій. Збільшуються інформаційні можливості, підвищується роль соціального знання, виникає

потреба в різнобічному професійному досвіді та навичках щодо вирішення поточних проблем. Професіоналізація сучасних кадрів також викликає увагу, оскільки, умови праці, просування кар'єрними сходинками, побудова життєвого шляху напряму залежить від соціокультурних обставин, що сьогодні опосередковуються комунікаційними процесами на всіх рівнях організації суспільства.

В системі професійної соціально-комунікаційної діяльності, що склалася в сучасному суспільстві, існує певна кількість груп фахівців, які обслуговують її та стають комунікаторами або посередниками в суспільній взаємодії. В літературі ґрунтовно досліджені різні аспекти професійної підготовки представників соціально-комунікаційного спрямування: журналістів, бібліотекарів, документознавців, мовознавців, архівознавців, музеєзнавців, ІТ-спеціалістів, інформаційних менеджерів та аналітиків, інформатиків, тобто тих професій, що вже інституалізовані довгий час, включені в виробничі системи своїх соціально-комунікаційних підсистем, усвідомлюють цілі, зміст і напрями професійної діяльності. Їх підготовка здійснюється в державних або приватних ліцензованих державою університетах, інститутах та коледжах.

В останні роки в комунікаційній сфері різних країн світу швидкими темпами відбувається професіоналізація спеціалістів сфери соціальних комунікацій. Медіатизація комунікаційного простору і поширення використання ІТ-технологій в суспільному житті викликають великий попит на індивідуальний підхід до мережевих аудиторій. На це орієнтує розмаїття тематичних веб-ресурсів, велика кількість яких розрахована на «нефахівців». Інтерес як західних країн, так і країн СНД до мережевого інформаційного простору зумовлений необхідністю поширення відомостей про їх структуру, розподіл сфер інтересів в культурі, економіці, бізнесі, соціальній сфері. Також на міжнародному рівні спостерігається тенденція до інтеграції соціально-комунікаційних структур як в горизонтальному, так і вертикальному векторах. Особливі проекти в цьому напрямі здійснюються в Європі, зокрема ті, що пов'язані з комп'ютеризацією музеїв, координацією використання бібліотечно-інформаційних ресурсів тощо [463].

Сучасна соціокультурна ситуація характеризується великою професійною динамікою. Життєвий цикл професій змінюється, старі професії заміщуються новими, що швидко

стають масовими. Трансформації набуває не лише технологічне оснащення професій, але й їх зміст. Спостерігається підвищення індивідуальних вимог до фахівців і водночас збільшується загальнопрофесійні вимоги до професіоналів однієї сфери діяльності. Відчувається потреба постійної та систематичної освіти і пристосування професіоналів до змін професійного знання та навичок.

Професіоналізація у загальному вигляді розуміється як пристосування суб'єкту діяльності до вимог професійної сфери, що змінюються і мають відповідати сучасному виробництву. В межах вивчення професій та процесів професіоналізації слід виділити роботи про функції професій, що задовольняють ті чи інші соціальні потреби (Е. Дюркгейм, Т. Парсонс), про атрибути професійної діяльності та ключові характеристики професіонала (А. Флекснер, М. Вебер, А. Гроссман, Л. Фігліні, В. Лисіков), вивчення соціокультурних процесів виробництва статусу професіонала (А. Страусс), що відображає позицію домінуючого соціального інституту (Т. Щепанська). Важливий внесок в опис професійної роботи в контексті теорії соціальної стратифікації був зроблений П. Сорокіним [408]. Соціальний аналіз процесів професіоналізації, динаміку цілепокладання, вплив соціокультурних факторів, особливості професіоналізації соціальної роботи докладно розглядав Р. Абрамов [3]. В свою чергу, професіоналізація розглядається як складне, багаторівневе соціальне явище, що виконує компенсаторну функцію, спрямовану на пом'якшення соціальних суперечностей індустріального суспільства [315]. Це відповідає ситуації в соціально-комунікаційній сфері діяльності, що дійшла індустріального рівня свого розвитку.

Виробничий підхід щодо дослідження соціально-комунікаційної сфери в різних її підсистемах використовують Л. В. Губерський, І. О. Давидова, О. В. Зернецька, В. Ф. Іванов, В. О. Ільганаєва, А. З. Москаленко, В. В. Різун, Г. В. Шемаєва [120; 155; 184; 314; 379; 461].

В традиційних підсистемах підготовки фахівців для різних галузей комунікаційної діяльності в суспільстві існує чітка система професіоналізації, що включає у себе профорієнтацію, профадаптацію, профвідбір, систему професійної освіти різних рівнів акредитації, систему підвищення кваліфікації та післядипломної освіти. Спеціальна підготовка професіональних кадрів для сфері соціальних комунікацій є головною ланкою

професіоналізації. Нажаль, сьогодні неможливо говорити про наявність єдиних підходів та поглядів на можливість або перспективу поєднання великої кількості професійно-спеціальних напрямів соціально-комунікаційної діяльності в межах однієї системи вищої професійної освіти.

Процес професіоналізації в соціально-комунікаційній сфері, зокрема в сфері масових комунікацій, достатньо добре вивчено. Фахівці відносять до професійних комунікаторів агітатора, журналіста, іміджмейкера, педагога, піарника, політика, пропагандиста, проповідника, рекламіста, репортера, а також спін-доктора, прес-секретаря, переговорника, політтехнолога, психотерапевта. Характеристиці, визначенню особливостей умов праці фахівців масових комунікацій, а також характеру участі у комунікаційному процесі присвячені роботи В. Різун та Г. Г. Почепцова [379; 366].

В. В. Різун дає ґрунтовний аналіз професіоналізації та її особливостей в Україні та наголошує на необхідності поєднання виробничої або професійно-діяльничої та творчої складової професії комунікантів [379, с. 123-126]. Як приклад можна навести дані про підготовку фахівців в Інституті Журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка (Див. <http://www.univ.kiev.ua/ua/dep/gurn/>). На офіційній сторінці кафедри «Соціальних комунікацій» цього ВНЗ пропонуються такі напрями професійної підготовки як журналістика, видавнича справа та редагування, реклама та зв'язки з громадськістю, а також такі спеціалізації: преса, телебачення, радіомовлення, Інтернет-журналістика, книжкові видання, електронні видання, реклама, зв'язки із громадськістю.

В. В. Різун зазначає, що мас-комунікаційна сфера є середовищем, де працюють різні фахівці слова [379, с.101]. Це відповідає комунікаційній діяльності на рівні мовного спілкування. До професійних комунікантів науковець відносить тих, хто використовує: «а) мову або знакові системи, що створені на основі мови: агітатори, ведучі, вихователі, журналісти, іміджмейкери, піарники (фахівці зі зв'язків із громадськістю), представники влади, прес-секретарі, пропагандисти, проповідники, публіцисти, редактори, рекламісти, вчителі; б) парамовні зображальні засоби — мову жестів, рухи тіла, голос тощо: співаки, танцівники і т. д.; в) художні образи, а також створені за уявними образами предмети: майстри народних ремесел, скульптори, художники

тощо», а також додає, що «такі комуніканти як, наприклад, агітатори, журналісти, іміджмейкери, пропагандисти, рекламисти тощо часто використовують одночасно різні засоби спілкування: слово й образ, слово й жести і т. п.» [там же].

Новітні умови професіоналізації аналізують представники інших сфер суспільної діяльності. На прикладі професіоналізації менеджерів автор роботи [315] відмічає важливість консолідації науковців і фахівців в сфері менеджменту, які об'єднуються в професійні організації, асоціації як недержавні центри вивчення нових умов і розробки стратегічних напрямів розвитку професійного ринку праці та форм і методів професіоналізації управлінців нового покоління. Професіоналізацію в сфері PR розглядає Березенко В. В [39]. Бібліотечна сфера має давні традиції дослідження і формування професіоналізації фахівців. Докладно це зроблено у роботі [183].

Тим не менш, потреба у розробці концепції базової соціально-комунікаційної освіти, що зближувала б кадри, які готуються для єдиної сфери соціальних комунікацій, поки що лишається неусвідомленою. В цьому сенсі, як зазначають автори роботи [400], відставання від західних країн утримується майже з 30-х років минулого століття, в американських та західноєвропейських навчальних закладах викладаються курси з комунікації, існують спеціалізації й присвоюються ступені магістрів та докторів зі спеціальності «комунікація», «комунікаційні науки», «комунікаційний менеджмент», «масові комунікації» та інше [там же]. Посилаючись на російський досвід, автори підкреслюють, що на теренах країни розвиваються поки що лише прикладні комунікаційні спеціальності такі як: зв'язки з громадськістю, реклама, лінгвістика, міжкультурна комунікація, спеціальності в сфері мас-медіа. Подібна ситуація також спостерігається і в Україні.

Слід додати, що розгалуженою виглядає система підготовки фахівців з документних комунікацій, зокрема документознавців, бібліотекарів та бібліографів, музейних, архівних фахівців, а також інформаційних, інформаційно-аналітичних комунікацій. Дивергенція психологічних, соціальних, професійних ознак єдиного комуніканта, яким виступає соціально-комунікаційний інститут суспільства, певним чином гальмує досягнення національної злагоди в суспільстві. Представники однієї сфери фактично втрачають можливість внутрішньо-професійної й міжспеціальної взаємодії

в процесі досягнення суспільно-значущих цілей інституту суспільної комунікаційної системи.

Професіоналізація соціально-комунікаційних фахівців є важливою проблемою становлення кадрового потенціалу галузі. Вона зумовлена тим, що сфера соціальних комунікацій постійно ускладнюється як в організаційному, структурно-функціональному, технологічному, управлінчому, так і в соціокультурному аспектах в цілому. Професіоналізація фахівців досить складний процес, що триває протягом довгого часу, часто супроводжує інституалізацію соціальних інститутів формуванням системи вищої та середньої професійної освіти, накопиченням практичного досвіду функціонування, устаткуванням ділових навичок, професіограм фахівців.

Сучасні вимоги до фахівців комунікаційної сфери зумовлюються підготовкою до кар'єрної реалізації в інформаційно-мережевому просторі і володінням мультимедійними технологіями. Професіональна компетентність фахівців єдиної професійної сфери діяльності, якою постає система соціальних комунікацій, поки що чітко не прописана.

У той самий час швидко розвивається підготовка фахівців сфери ІТ та мультимедіа, які мають великий попит в традиційних соціально-комунікаційних сферах, що вказані вище. Спостерігається закріплення мультимедійних фахівців в якості самостійної професії й формування нового спеціально-професійного прошарку комунікаційних фахівців. Володіння комп'ютерними технологіями випускників цих спеціальностей часто стає приводом працевлаштування за межами обраної професії. Випускники здобувають також додаткову освіту з поглиблених спеціальностей техніко-технологічного знання.

На цьому фоні традиційні фахівці: бібліотекарі, журналісти, рекламисти, піарники, архівісти, музезнавці втрачають свою конкурентоспроможність на фаховому ринці, якщо в системі їх фахової підготовки відсутні спеціальні дисципліни з ІТ та мультимедіа. Для підготовки цих фахівців необхідна матеріально-технічна та технологічна база навчання, що у більшості навчальних закладів, нажаль, відсутня. Але технологічна складова професійної діяльності фахівців соціально-комунікаційної сфери не обмежує вимоги до їх професійної компетенції. Як було з'ясовано в ході аналізу просторово-середовищних характеристик соціально-

комунікаційної діяльності, в її структурі простежується наявність декількох рівнів, що вимагають загально-професійної комунікаційної підготовки. Це стосується не лише зовнішнього контуру діяльності, параметри якого задаються медіа простором, що продовжує формуватися в наш час, але і вимогами внутрішнього контуру діяльності, де спостерігаються процеси інтеграції на рівні основних виробничих процесів, що пов'язані з генеруванням інформації в медійному просторі, транспортуванням повідомлень в соціально-комунікаційних каналах, вибором засобів презентування інформації та знань з урахуванням особливостей аудиторії або комунікатив – одержувачів кінцевого повідомлення. Виникають нові потреби узгодження змісту освіти професійних комунікаторів, що пов'язані з роботою в багатосередовищному професійному просторі і відповідають необхідності формування єдиного змістовного наповнення освітніх програм відповідно до цілей комунікаційної діяльності, загально-професійних уявлень про комунікаційний процес, комунікаційне виробництво, організаційно-функціональні засади єдиної комунікаційної системи суспільства, професійну етику тощо.

Складаються об'єктивні умови сприйняття соціально-комунікаційної діяльності як окремого виду суспільної практики, яка має всі ознаки інституалізації, систему теоретичних узагальнень та професійно-спеціальних знань, певні ознаки спеціально-кваліфікаційної ідентичності, сформовані вимоги до умінь та навичок. Реалізація цих умов в значній мірі залежить від прийняття управлінських рішень на галузевому та державному рівнях, а також від порозуміння між фахівцями, які представляють розгалужені сфери діяльності.

Щодо майбутньої роботи своїх студентів, ВНЗ використовують розширений перелік сфер діяльності, в яких можуть працювати випускники. Наприклад, зі спеціальності – «Зв'язки з громадськістю» можуть працювати у якості: радника, консультанта зі зв'язків з громадськістю; референтом (помічником) керівника організації (фірми); соціальним та політичним менеджером; перекладачем; спеціалістом з реклами; спеціалістом з виборних технологій; менеджером мас-медіа; викладачем професійних дисциплін; зі спеціальності – «Видавнича справа та корегування» – у поліграфічному виробництві; книжковій торгівлі; бібліотечній справі; редакціях засобів масової інформації; в системі освіти; зі спеціальності –

«Реклама» – в рекламних агенціях; в рекламних службах підприємств; відділах інформації та відділах зв'язків з громадськістю.

У зв'язку з цим проблемним питанням професіоналізації соціально-комунікаційних фахівців в Україні є відпрацювання методологічних і практичних засад соціально-комунікаційної діяльності в суспільстві; компаративний аналіз стану всіх складових соціально-комунікаційної діяльності в підсистемах; аналіз вивчення кваліфікаційних характеристик, що діють у галузях соціально-комунікаційного виробництва; аналіз навчальних планів та програм ВНЗ, що готують фахівців з соціально-комунікаційних спеціальностей; ініціювання та державна підтримка науково-дослідних робіт з цих напрямів. Слід додати, що існує необхідність розробок соціально-психологічного портрету комунікаційного фахівця.

Можна накреслити декілька важливих напрямів на шляху розвитку професіоналізації соціально-комунікаційної сфери. До важливих аспектів професіоналізації має належати професіоналізація управління комунікаційною сферою. Відносно стану в Україні ще рано говорити про виникнення цілісної системи управління комунікаційною сферою. Зберігається багатогалузевий підхід до структурної організації державного управління, майже відсутній зв'язок між професійними об'єднаннями фахівців різних комунікаційних підсистем суспільства. Певні зрушення в цьому процесі можна спостерігати на національному рівні, де виникають програмно-проектні комітети з управління корпоративного розвитку, інформаційних ресурсів, систем задоволення інформаційних потреб користувачів, створення привабливого соціокультурного іміджу влади та країни [128; 130; 132; 216]. До участі в цих управлінчих структурах залучаються представники мас-медіа, політичних об'єднань, влади, бібліотек, музеїв, центрів інформації.

Важливим фактом в процесі професіоналізації комунікаційних кадрів є формування системи державного управління. В цьому напрямі визначним для України було створення Департаменту інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю Кабінету Міністрів України та відповідних структур в регіонах. На цей напрям звертає увагу Н. Дніпренко, яка зазначає, що «для забезпечення демократичних процесів постає необхідність сформулювати

принципово нові моделі суспільної комунікації рівних суб'єктів (горизонтальні) та розробити нові підходи до державної політики в цій сфері» [128]. Важливим аспектом є створення державних органів управління комунікаційною сферою, досвід яких вже існує в західних країнах (Швеція, Канада, Великобританія, Німеччина) [там же]. Звісно, що професіоналізм фахівця починається зі спеціальної освіти, що дає певний набір знань, вмінь та навичок, навчає нормам і професійним методикам, сприяє засвоєнню професійної етики. Спеціальна освіта передбачає отримання фахівцем диплому встановленого зразку, що дає їм право займати посади в соціально-культурній сфері суспільства. Виходячи із наявної ситуації, треба додати, що крім професійних знань та навичок, фахівець з соціальних комунікацій має дотримуватися й інших вимог, а саме – професійної етики, розуміння місця роботи в системі життєвих цінностей та підтримання суспільно-значущої мотивації у комунікантів та послаблення конкуренції між ними.

Соціально-комунікаційна сфера діяльності в Україні знаходиться на початковому етапі свого професійного становлення. Зростає актуальність концентрації зусиль представників всіх суміжних сфер з розробки стратегій програм та планів дій з консолідації теоретико-методологічного та практичного досвіду, що накопичено до нашого часу.

Соціально-комунікаційна сфера суспільства є однією з найперспективніших і найактуальніших на даному етапі. Вона швидко розвивається та трансформується, відкриває шляхи до інтеграції за різними напрямками і складовими комунікаційного процесу в суспільстві.

Потрібна підготовка і перепідготовка широкого кола фахівців, які б забезпечували не лише якісне засвоєння медіа-технологій, але й використовували їх для досягнення рівноваги та порозуміння в суспільстві. Інституалізація наукової сфери соціальних комунікацій в Україні має бути продовжена в сфері професійної підготовки фахівців, оскільки сучасне суспільство базується на комунікаційних технологіях, що зумовлюють якість суспільних зв'язків і формують рівноважний та стабільний простір суспільного буття. До факторів формування єдиного професіонального простору ми відносимо сферу інформаційного права, яке на міжнародному рівні забезпечує єдність виконання норм та правил комунікаційної взаємодії на

різних дільницях організації соціально-комунікаційної діяльності [270].

Соціальна комунікація як професійний напрям освіти, як єдина професія не сформувалася. Це можна пояснити тим, що процес її інституалізації лише розгортається в Україні. Фактично відсутня єдина управлінча база соціально-комунікаційної сфери. Актуальними лишаються наукові дослідження соціокультурних факторів функціонування та розвитку інституту соціальних комунікацій в Україні, формування єдиного інформаційно-комунікаційного простору, характеристик складових комунікаційного процесу, що притаманні сучасній соціально-культурній ситуації в Україні. Професіоналізація та інституалізація соціально-комунікаційної сфери діяльності складає актуальні питання наукових досліджень і прогнозування шляхів розвитку комунікаційного інституту українського суспільства.

Успіх у розробці стратегій професіоналізації у сучасних соціально-комунікаційних структурах і установах зумовлений ефективністю використання наявного діяльнісного потенціалу соціально-комунікаційної сфери суспільства, що обумовлено наявністю комунікаційної техносфери, інфосфери та системами доступу до світових інфоресурсів, міжнародними інформаційно-комунікаційними нормами та етичними правилами, а також наявністю організаційних ресурсів, що утворюють системну єдність.

Сучасний стан комунікаційних технологій та їх проникнення в усі сфери суспільної діяльності вже впливає на державні і міжнародні організації. Вони вимушені шукати нові форми взаємодії з суспільством. Всі владні, політичні структури, громадські організації широко використовують комунікаційний потенціал віртуального простору, залучаються до використання нових форматів взаємодії з масовими аудиторіями й індивідами. Складаються нові зразки медіа комунікації інститутів соціального управління. Прикладом формування сфери використання професійних комунікаторів є інформаційно-комунікаційна структура системи інститутів Європейського Союзу. Комунікаційна політика в онлайн-просторі спрямована на пошук нових форм і жанрів, залучення нових аудиторій за допомогою спеціалізованих кадрів і певних професійних стандартів. За останні роки практика ЄС в інформаційній сфері отримала низку якостей, що свідчать про

професіоналізацію онлайн-комунікації. По-перше, це індивідуальний підхід до аудиторій. Відмінною перевагою комунікаційної стратегії в онлайн стала поступова відмова від поняття «загальна аудиторія» і сегментація останньої на різні категорії. Інформаційне повідомлення в Інтернеті отримало більш конкретного і уособленого адресата, що підвищило ефективність спілкування. Дроблення аудиторії призвело до появи великого різноманіття тематичних веб-ресурсів, орієнтованих, насамперед, на нефахівців. Головна мета тематичних сайтів – подати цінності і пріоритети Європейського Союзу через призму різних сфер інтересів, навчити користувача орієнтуватися в складній структурі ЄС, не змушуючи при цьому ретельно вивчати її. Крім традиційних тематик, як, наприклад, економіка та бізнес, соціальна сфера, культура, з'являються також сайти вузькоспеціалізованої спрямованості, наприклад, економічні веб-ресурси для дітей («Consumer Education», «Euro School»), освітньо-методичні ресурси для вчителів і викладачів («Teaching resources TES»). Зауважимо, що інформаційно-комунікаційна структура ЄС містить: 1) сайти головних інституцій ЄС; 2) сайти політичних партій ЄС; 3) сайти власних інформаційних та мультимедійних ресурсів ЄС; 4) персональні веб-ресурси політиків, депутатів, чиновників; 5) сторінки та групи в соціальних мережах; 6) участь в Інтернет-конференціях, інтернет-чатах; 7) створення і тиражування політичної інформації за допомогою блогів, електронних буклетів, фільмів і т. д. Забезпечення реалізації цієї структури потребує системних професійних дій спеціалістів відповідного спрямування своєї фахової підготовки.

Таким чином, існують необхідні підвалини для формування спеціального кадрового сегменту, зайнятого виключно в обслуговуванні електронних ресурсів. Робота з одними лише соціальними мережами породила окремі підрозділи в структурі прес-офісів і прес-служб соціальних організацій ЄС. Більше того, діяльність співробітників різних установ ЄС суворо регламентується офіційними зведеннями правил поведінки в онлайн-просторі (Staff Regulations, The Code of Good Administrative Behaviors, Guidelines for All Staff on the Use of Social Media). Це можна вважати характерною ознакою становлення нової спеціалізації в системі соціальних комунікацій.

Слід додати, що електронні комунікації ЄС вже знайшли єдиний фірмовий стиль не лише в межах Співтовариства, а і за його межами. Для створення і підтримки цілісного візуального бренду Європейська Комісія розробила керівництво (Communication and Visibility Manual for European Union External Actions, 2010), що регламентує параметри і формати комунікаційних повідомлень, графіки, інформаційні ресурси, у тому числі, і в Інтернеті. Такі дії спрямовані на створення комфортних умов адаптації населення до віртуального простору, роблять його впізнаваним будь-яким користувачем, а користувачів робить співмешканцями нової віртуальної реальності, яка є зрозумілою для всіх громадян європейської спільноти.

Таким чином, підсумовуючі розгляд інтеграційних передмов формування корпусу професійних комунікаторів, можна зазначити наявність необхідних організаційно-діяльнісних, технологічних, функціонально-цільових, управлінчих умов, що відповідають загальному виробничому стану соціальної діяльності в умовах інформаційного суспільства, утворенню глобального комунікаційного простору сучасності, а також відповідним трансформаціям самої комунікаційної діяльності. Сукупність тенденцій інтеграції соціально-комунікаційної сфери діяльності, особливості її проявів на різних рівнях організації комунікаційної системи суспільства ще потребують спостережень та вивчення.

4.3. Визначення напрямів інтеграції комунікаційної етики професійних комунікаторів

Збільшення комунікаційної взаємодії в суспільстві актуалізує питання про морально-етичні підстави соціально-комунікаційної діяльності в різних аспектах її прояву. Комунікація будується на підставі головних питань: з якою метою? хто? що? якими каналами? кому? з яким ефектом? Така послідовність може бути як власне моделлю, що відбиває структуру комунікаційного процесу, так і моделлю дослідження цього процесу, його структури та окремих елементів. Ця формула працює практично в усіх сферах комунікаційної взаємодії, що охоплює соціальну систему: в рекламі, ЗМІ, бібліотечній справі, політиці, освіті, PR тощо. Проте, кожний її елемент набуває особливих характеристик, умов протікання процесу комунікації, переслідувані цілі, характер зворотного

зв'язку, очікувані ефекти, а також контент, який визначає сферу виникнення комунікаційних відносин. Ці роздуми стосуються як рівня міжособистісних, групових, так і громадських, масових комунікацій.

В умовах сучасного комунікаційного суспільства все більш і більш широкі маси людей залучаються до процесу цілеспрямованої передачі інформації, переслідуючи при цьому свої власні цілі, що можуть виходити як з особистого бажання або інтересу, так і з інтересу груп і спільнот. У даний час кожен з нас стає об'єктом комунікаційного впливу величезної кількості комунікаторів, які через передану інформацію з використанням різних каналів намагаються впливати на нас задля досягнення своєї мети. Доречно повторитися, що все це стосується реклами, PR-менеджерів, іміджмейкерів, політиків, органів державного управління, шоу-бізнесу і т. д. Таким чином, у цій ситуації важливо розрізняти, хто власне є джерелом комунікаційного повідомлення, хто посередником, хто обробляє ці повідомлення для подання їх у комунікаційні канали та кодує їх відповідним чином, а хто є одержувачем цих повідомлень.

Все це можна розглядати як елементи комунікаційної взаємодії, яка формує певні морально-етичні, ціннісні відносини учасників комунікаційного процесу. Нагадаємо, що поняття «етика» визначається як «одна з форм ідеології – вчення про мораль, її розвиток, принципи, норми і роль у суспільстві», а також як «сукупність норм поведінки, мораль певної суспільної групи, професії» [123]. Окремим напрямом у відтворенні правил та норм спілкування як форми суспільної взаємодії є етика спілкування.

Етика спілкування являє собою традиційний розділ прикладної етики, присвяченої розробці етичних норм і принципів, що регулюють взаємодію між людьми в процесі спілкування. Поряд з нею, як у науковій свідомості, так і в освітньому процесі виникло захоплення комунікативною етикою, специфіка і статус якої залишаються не цілком зрозумілими.

Традиційна етика спілкування припускає, що спілкування, як й інші феномени людського життя, має підпорядковуватися правилам моралі, джерело яких лежить поза самим спілкуванням. Проблематика етичних досліджень в умовах нової комунікаційної реальності доповнилася кібер-етикою [84; 83]. Важливим чинником у кібер-етиці вважається фактор

особистої компетентності та відповідальності, який протистоїть зловживанням у застосуванні Інтернету. Це пов'язано з такими явищами як: несанкціоновані вторгнення у віддалені комп'ютери і бази даних, спроби «покласти» веб-сервер, поширення вірусів. Тобто, кваліфікація користувачів у мережі постійно підвищується і відповідно зростає можливість шкоди, від якої потерпає все її «населення».

У медіа просторі існує необхідність виявлення, вивчення, уточнення нових етичних підстав відтворення соціальних зв'язків в електронному середовищі. Під кібер-етикою, як правило, розуміються правила моральної (тобто правильної, чесною, справедливою) поведінки в середовищі Інтернету. Вона сягає далеко за межі «мережевого етикету» – правил, вироблених в ранній період використання Інтернету. У наші дні кібер-етика поширюється на комунікативні (чати, форуми, блоги тощо) і некомунікативні сервіси, в т. ч. спільну роботу, онлайн ігри, купівлю або придбання/продаж біржових акцій. Дослідники намагаються адаптувати традиційну систему моральних правил до анонімного користування Інтернетом [23; 35; 36; 49; 73; 84; 279; 444; 510]. Можна провести паралелі між кібернетикою та мережевою етикою електронної доби соціальних комунікацій. Дослідники звертаються до аналізу фундаментальних засад появи необхідності вирішення проблем мережевого етикету, його історії, а також актуальних завдань його реалізації в інформаційну добу [510].

Особливості сьогоденної стадії розвитку етики медіа простору усвідомлені далеко не повністю. Більшість авторів визначають проблеми, пов'язані зі злочинами, безпекою та захищеністю; приватністю та особистою свободою, порнографією, насильством і шахрайством, захистом дітей від шкоди, що завдається Інтернетом, хакерством, використанням чужих кредитних карт, піратським використанням, застосуванням мережі правими і лівими екстремістами, шантажем і спамом, плагіатом, «фітінгом», флеймом тощо [10; 84; 319]. Нещодавно з'явилися і нові проблеми, пов'язані з етикою онлайн досліджень, так званий нетікет, що вимагає дотримання певних норм толерантної поведінки мешканців мережевого простору [49].

Багато питань підіймаються відносно етики мережевих зв'язків в ситуаціях віртуальної взаємодії: комунікація, спілкування, встановлення контактів. У цих умовах універсальні

моральні принципи людських взаємин потребують постійного доповнення з урахуванням особливостей зміни комунікаційної ситуації. Крім того, потрібно розробляти та відновляти кодекси професійної поведінки у сферах, що пов'язані з інформаційними системами, управлінням комунікаційними процесами, нормами та правилами подання інформації з використанням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Прикладом таких розробок є вироблений у «Association for Computing Machinery» (ACM) кодекс етичної і професійної поведінки (<http://www.acm.org/constitution/code.html>), а також кодекс Американської Психологічної Асоціації, що враховує зміни комунікаційного простору (<http://www.apa.org/ethics/>).

Теоретичним фундаментом вважаються різні гуманістичні теорії XX століття, філософія діалогу, гуманістична психологія, теорія толерантності [36]. Зокрема, етика спілкування реалізує класичні установки як «золоте правило моральності» та ідею християнської любові до ближнього [там же].

Поштовхом до ініціації етики постіндустріального суспільства стали серйозні проблеми екологічного характеру. Дослідники об'єднуються необхідністю вирішення питання морального ставлення до природи, що розглядається як моральний обов'язок і моральна відповідальність людей на хвилі науково-технічного прогресу [35]. Особливу проблематику етичного спрямування викликало формування інформаційного, а згодом і комунікаційного простору сучасності [316; 392; 431]. Тобто, можна сказати, що етичні дискурси охоплюють всі напрями людської діяльності стосовно екологічно-етичної спрямованості людської діяльності. Зрозуміло, що крім загальноетичних норм, виникають і певні особливі вимоги до змісту й способу реалізації особливих правил, що зумовлюються специфікою сфери соціальної діяльності.

Таким же актуальним, як і в екології, етичне питання є і в політиці, особливо в системі відносин «влада-політикум-населення». У цьому векторі морально-етичні проблеми є вельми дискусійними, в тому числі і в професійній комунікаційній сфері. Відомий німецький соціальний філософ, спеціаліст з комунікацій Ю. Хабермас, що розробляє теорію комунікативної етики, виступає проти теорії справедливості, яка посідає важливе місце в розгляді деонтологічних питань [444]. На його переконання, принцип справедливості в сучасних

умовах глобального світу повинен обґрунтовуватися, виходячи не з практичного підходу, а з необхідної конвергенції існуючих картин світу з урахуванням збігів моральних компонентів учасників глобальних комунікацій.

У зв'язку з формуванням екологічної етики, деякі її норми повинні бути включені до етичних норм інформаційного працівника, зокрема, вимога створення безпечних (психологічно, у тому числі) умов для пошуку інформації та роботи з нею, організація комфортного інформаційного середовища.

Фахівці в сфері масової комунікації в якості основної проблеми бачать відносини медіа, влади та суспільства на етапі його демократичного розвитку і в контексті загальнолюдських демократичних цінностей [379, с. 127; 442]. При цьому виникає питання «журналістського обов'язку, його норм виконання незалежно від їх усвідомлення як деякої системи категоричних імперативів журналістської поведінки, заданих природою ЗМІ, діючих в тій або іншій ситуації» [374].

Певні загальні професійні стандарти поведінки журналістів пояснюються універсалізмом професії. Цю якість професії розглядає український медіа фахівець С. Квіт, використовуючи матеріали англійської та американської преси [204, с. 94-98]. Масовість професійної журналістської діяльності ріднить їх з діяльністю лікарів, юристів, рекламників, бібліотекарів, піарників, девізом яких може бути принцип «не нашкодь». Крім того, автори зазначають, що нові моделі журналістських стандартів є реакцією на загрози сучасності й виникають з потреби забезпечення вимог демократії та різноманітності й одночасно повертають фахівців до головного питання про роль преси в суспільстві та її медіаторські функції [там же, с. 102].

Незважаючи на універсалізм професії, поки ще не існує єдиного кодексу професійної етики журналіста в міжнародному масштабі. Винятком можна вважати рекомендації ЮНЕСКО щодо зростаючої відповідальності засобів масової інформації та журналістів [373]. Різноманітність підходів до розуміння норм, правил і стандартів професійної поведінки журналістів підтримують національні Кодекси честі журналістів, працівників телебачення радіо і. т. д. [там же]. Хоча, при найближчому розгляді змісту основних положень чітко простежується прагнення наблизитися до підтримки

загальнолюдських цінностей і відповідальності журналістів перед аудиторією.

Інформатизація та глобалізація сучасного суспільства відкривають абсолютно нові перспективи і необхідність наукових розробок у сфері соціально-комунікаційної етики.

Проблем у сфері комунікаційної взаємодії, яких було достатньо і до теперішнього часу, додав швидкий розвиток мережі Інтернет. Ситуація стає загрозливою, коли кількість учасників комунікаційного впливу у віртуальному вимірі практично збігається з населенням Землі (включаючи дітей, які вміють користуватися комп'ютером), за винятком тих, у кого немає доступу до мережі Інтернет і технічних засобів для цього.

Життя в мережевому суспільстві змушує людей практично постійно перебувати в системі функціонування різних комунікаційних каналів. Ускладнення життєвого середовища вимагає від сучасної людини (в порівнянні з життєвим середовищем ще 20 років тому) значних зусиль щодо вироблення навичок самоорганізації та самовизначення щодо комунікаційних впливів на її свідомість.

Дослідники стверджують, що будь-які мовні дії, здійснені партнерами по комунікативному акту, підлягають оцінці з точки зору їх свідомості та навмисності. Це означає, що партнери по комунікативному акту в принципі повинні віддавати собі звіт в кожному зі своїх мовних «вчинків» і кожен з цих вчинків повинен служити певній, відомій меті мовця [208, с. 111-112].

Комунікаційна діяльність пов'язується з розглядом мовної комунікації в аспектах розгляду мовної комунікації або функціонально-змістовного наповнення діяльності фахових комунікаторів [29; 366; 379]. Розглядаючи поняття «комунікація», Різун В. В. зазначає загальнокультурний аспект масової комунікації як організованого спілкування, що є видом суспільно-культурної діяльності [379].

Людина є суб'єктом виробництва, вирішальним елементом продуктивних сил. Мова, звичайно, йде не про людину взагалі, а про людей, які виступають в якості виробників матеріальних благ. Вимоги, яким повинні відповідати люди в цій соціальній ролі, протягом суспільного прогресу підвищуються. Сьогодні у зв'язку з проникненням науки в виробництво, в зв'язку з науково-технічною революцією цього вже недостатньо: для того, щоб виробляти матеріальні

блага по-сучасному, людина повинна володіти не тільки виробничим досвідом і трудовими навичками, а й певним мінімумом наукових знань [227].

Тому проблема відповідальності як найближча, так і пов'язана з майбутнім – найважливіша щодо професійної інформаційної етики. Наразі це відповідальність щодо забезпечення вільного доступу до інформації, точності, повноти її надання, і в той же час – збереження джерел інформації, щоб вони могли використовуватися не лише цим, але і майбутніми поколіннями. Це відповідальність щодо уваги до потреб користувачів, якості наданих послуг, комфортності інформаційного середовища [123].

Перш за все, професійний комунікатор є відповідальним перед аудиторією слухачів, читачів, глядачів, відвідувачів культурних заходів і кожним конкретним користувачем цього часу та майбутніми користувачами як представник соціокультурного інституту, який покликаний виконувати певні потреби користувачів і справдити очікування. З іншого боку, інформаційний працівник відповідальний перед користувачами як особистість і як фахівець. І в тому, і в іншому випадку перед ним стоять етичні завдання, які він вирішує, виходячи зі своїх етичних установок, особистої відповідальності, уявлень про совість.

Норми професійної етики можуть бути представлені в кодексі професійної етики (є кодекси етики інформаційного працівника, бібліотекаря, журналіста тощо), але частіше моральні норми передаються усно в колективі (причому, у кожному колективі норми мають свої особливості, пов'язані з моральним кліматом у групі). Ці норми сприяють укладенню відносин на різних рівнях організаційної структури як по горизонталі так і по вертикалі всередині організації та за її межами, з органами влади та іншими соціальними інституціями.

Комунікаційному фахівцю задля виконання його професійних обов'язків може допомогти знання професійного етикету як сукупності правил поведінки в професії. Правила етикету не замінюють етичності поведінки, вони є зовнішньою формою їх прояву. Знання професійного етикету є необхідним для зняття напруги в конфліктних ситуаціях, а також дозволяє автоматично реагувати на передбачені професійно-діяльнісні ситуації.

Образ комунікаційного фахівця складається під впливом професійного макро- та мікросередовища. Середовищно-просторові аспекти комунікаційної діяльності відбиваються на оточенні кожного робітника. До професійного оточення комунікатора входять також робітники соціального комунікаційного інституту суспільства, які зайняті інформаційною діяльністю і поєднуються єдиною професійною свідомістю, етикою, забезпечені умовами передачі свого досвіду, норм, традицій, цінностей, що притаманні їх професії. Середовище, як відомо, містить у собі спеціальні об'єкти, засоби та предмети праці, що також є елементами єдності професійної діяльності. Усвідомлення цього призводить не лише до свідомого ставлення до професійної діяльності, бачення комунікаційної реальності, відчуття єдності професійно-діяльнісного простору, цілей та завдань, а й є необхідною умовою якісного вдосконалення функціонування професійних кадрів соціально-комунікаційної сфери.

У процесі історико-суспільного розвитку елементи професійної діяльності комунікаційних фахівців змінюються, але об'єкт їх праці зберігається. Для фахівців ці функції відносно об'єкта – зберігання, забезпечення збереження, систематизація та ін., вміння їх виконувати набувають певну значимість, вони також стають професійними цінностями.

Прагнення зберегти книгу, картину тощо, тим самим забезпечити спадкоємність культури, високо цінувалося і цінується в професійному інформаційному середовищі. Це знаходило, наприклад, відображення в повчанні читачам, правилах користування бібліотекою [123].

Віртуальне спілкування вимагає певних, і не лише технічних, навичок і розуміння психологічних станів. Спілкуванні в мережі як би зрівнює співрозмовників, приховує їх достоїнства й недоліки, соціальний статус, фізичний образ. Виникають жорсткі морально-етичні обмеження особистої поведінки спілкування. Але це ж стосується і комунікаторів, що переслідують свої конкретні цілі через вплив на інших людей. Контакт або зв'язок у мережі може бути перерваний у будь-який момент. Цей акт комунікативної дії свідомо чи несвідомо стає реакцією на комфорт особистості в мережевому просторі.

Етика мережевих контактів являє собою новий напрям формування теоретичної та практичної бази освоєння нової соціальної реальності, яка в найближчій перспективі буде

невід'ємною дисципліною професійної підготовки, у тому числі і професійних комунікаторів. Інтернет-спілкування і комунікація охоплюють сьогодні соціальні мережі, електронні видання, чати і форуми, он-лайн ігри, сегмент дистанційної освіти, довідково-інформаційні служби, он-лайн магазини, блоги. Питання, які вимагають етичного осмислення, включають в себе інформаційну безпеку особистості, інтелектуальну власність та авторське право, а також дотримання норм людського спілкування. Склалися певні норми спілкування і комунікації в мережі: правила чатів, електронної пошти, телеконференцій і т. п. Все це складає в даний час базові елементи медіа грамотності й безпосередньо стосується етичних аспектів освіти та практичної діяльності професійних комунікаторів. Від останніх, у значній мірі, залежить підтримання комфортного комунікативного середовища.

Серйозні проблеми виникають щодо авторського права та інтелектуальної власності в електронному середовищі. Піддаються критичному переосмисленню багато понять, які значний період часу супроводжували функціонування таких комунікаційних підсистем суспільства як книговидавнича справа, художня література, бібліотечна справа, кінематограф [45]. Такі міркування можна доповнити висловлюванням, те, що «медіа суспільство потребує сьогодні чіткого розуміння системи саморегуляції, незаперечно» [77].

Етичні проблеми підіймаються у відповідності до процесів професіоналізації та є реакцією на потребу встановлення більш тісних зв'язків зі споживачами або користувачами послуг. Такі процеси майже завжди пов'язані з питаннями комунікації в різних сферах суспільної діяльності, про це свідчать безліч досліджень або оцінок стану професійної взаємодії у сферах бізнесу, медицини, політики, освіти та інших сферах, на що звертають увагу автори робіт [6; 32; 247; 292; 300; 372; 483]. Комунікаційну етику слід розглядати в межах професійної деонтології. В даному контексті питання про деонтологію соціально-комунікаційної сфери, комунікаційної етики не є простим і надуманим. Цікаво, що питання деонтології широко розглядаються саме в таких сферах, в яких залежність людей є об'єктивною, ситуаційно обумовленою. Насамперед, мова йдеться про медицину та юриспруденцію.

Деонтологія в медицині розуміється як наука, що регламентує принципи поведіння медичного персоналу,

включає в себе зведення морально-етичних норм і кодексів, які використовує персонал при взаємодії з пацієнтами, в його інтересах і з метою досягнення максимальної корисності [372, с. 132]. Також автор не применшує важливість особистих якостей медичного персоналу, дотримання ним високих норм загальнолюдської моралі, дотримання культури професійного спілкування, а також підкреслює необхідність створення сприятливої, комфортної, гуманної атмосфери в медичному закладі.

У сфері юридичної суспільної практики деонтологія є усталеним напрямком юридичної науки і навчальною дисципліною [396]. Як прийнято вважати, вона описує систему знань про норми професійної поведінки юриста з клієнтом і своїми колегами. Фахівці розглядають юридичну деонтологію у вузькому сенсі як науку про застосування загальних норм моралі у специфічних умовах діяльності юристів. У широкому розумінні юридична деонтологія виступає як наука, що аналізує психологічні, політичні, професійні, етичні, естетичні вимоги до юриста [там же].

Ми вважаємо, що у широкому сенсі розуміння деонтологія близька до діяльності в соціально-комунікаційній сфері. В умовах зростання впливу масових комунікацій у сучасному суспільстві значно підвищився інтерес до вивчення деонтологічних аспектів діяльності журналістів. Детальний аналіз виникнення, розвитку та сучасного стану деонтологічної проблематики у сфері журналістики наводить Вінська Л. А. [77]. Автор зазначає, що актуальність цих проблем для журналістики відображається в публікаціях, в основному з посиланнями на прихильників теорії соціальної відповідальності.

На нашу думку, етичні принципи діяльності професійних комунікаторів повинні бути представлені на декількох рівнях. Загальною частиною, наприклад, можуть бути етичні норми західних професійних груп, розроблені на основі принципів, запропонованих біомедичним співтовариством: 1 – автономність, тобто самостійність, готовність взяти на себе відповідальність, ухвалити незалежне рішення; 2 – незаподіяння шкоди; 3 – справедливість, тобто виконання зобов'язань відносно один одного; 4 – милосердя [475].

Загальна частина етичного кодексу професійних комунікаторів повинна відповідати генетичній природі цієї діяльності, пов'язаної з формуванням світогляду, світовідчуття,

колективної свідомості суспільства. Ця мета, що виявляється в умовах інтеграції системи соціальних комунікацій суспільства, в своєму становленні пройшла довгий шлях розвитку від одноканальної системи до багатоканальної мультимедійної системи трансляції соціальних смислів. Основою нової деонтологічної концепції соціально-комунікаційної діяльності в даний час є гуманізація суспільної свідомості. Одним з найстаріших соціально-комунікаційних каналів, які впливали на громадську думку, були бібліотеки. Культурно-гуманістичні тенденції у діяльності бібліотек, незважаючи на періодичні державно-політичні обмеження їх діяльності, зберігаються і в даний час та отримують нове звучання.

Як пише у своїй статті Соколов А. В., зміст поняття «гуманізація бібліотеки» у 1989 році було розкрито В. Р. Фірсовим: «Гуманізація передбачає: активне розкриття культурної спадщини, укладеної у фонді бібліотеки; обопільну зацікавленість бібліотекаря і читача у спілкуванні; створення сприятливих умов для контактів читачів між собою, надання різноманітних послуг, які сприятимуть виконанню перших трьох з перерахованих завдань» [402].

Слід зазначити, що саме в бібліотечній сфері, яка інституалізувалася раніше інших соціально-комунікаційних підсистем суспільства, є міжнародні кодекси бібліотечної етики. Це питання комплексно досліджувалося російськими та українськими бібліотекознавцями [427]. На думку Трушиної І., заходи підвищення соціальної відповідальності бібліотечного працівника роблять особливо актуальним вивчення різних сфер проявів його соціальних відносин. Етичні відносини, в які бібліотекар вступає з суспільством, з відвідувачами бібліотеки, зі своїми колегами, починають відігравати принципово важливу роль [427].

Автори, що займаються проблемами етики, часто звинувачують Інтернет в негативному впливі на стан суспільства, падінні моральності та знецінення моральних установок. Такий підхід є основним джерелом формування потреби «поширення й утвердження в сфері журналістики деонтологічних правил, кодексів професійної честі» [77].

Формування єдиного комунікаційного простору і загальної сфери діяльності професійних комунікаторів дозволяють сформулювати наступні загальні вимоги до їх діяльності: певної спільності розуміння цінностей і стратегічних

напрямів розвитку суспільства; загально-професійних знань про комунікаційний процес; розуміння ролі та місця комунікаційних інститутів у соціально-комунікаційній системі суспільства; взаємодії комунікаційних інститутів та професійних комунікаторів у реалізації гуманістичної місії; володіння професійними технологіями, способами й формами подання, трансляції інформації та знань; особливостей впливу комунікаційних предметів на стан індивідуальних і масових комунікатів (читачів, слухачів, глядачів); наявність соціально значущої мети, що опосередковує соціальну місію комунікаційних інститутів.

Міжособистісне спілкування представників професійних комунікаторів, що працюють в різних комунікаційних структурах суспільства, в даний час не є нормою, а трапляється спорадично в реальній практиці задоволення інформаційних запитів споживачів та реалізації комунікаційних цілей замовників. А професійна етика у цьому випадку є одним з елементів зближення професійних комунікаторів і повинна стати базовим елементом професійної освіти в соціально-комунікаційній сфері.

Всі ці аспекти повинні знайти відображення в частині етичного кодексу професійних комунікаторів, їх міжособистісної взаємодії як необхідного елемента вироблення професійних навичок спільної роботи, управління медіа структурами та комунікаційними підсистемами і соціально-комунікаційною системою суспільства в цілому.

Побоювання з приводу регулярних порушень журналістами професійних стандартів, використання дегуманізуючих методик висловлює Л. Вінська, зазначаючи, що це створює загрози для духовного здоров'я суспільства і для самих ЗМІ як достовірного джерела інформації та знань [77]. На цю ситуацію звертають увагу й українські вчені С. Квіт, В. В. Різун [204; 379]. Дана ситуація ще більш ускладнюється в умовах конкуренції традиційних та електронних комунікацій.

Фахівці в галузі журналістики, спираючись на міжнародний досвід, розглядають сферу масових комунікацій як галузь індустріального виробництва медіа послуг [155; 379]. Вони детально аналізують маскомунікаційну індустрію з точки зору виробничого процесу, який піддався технологічній революції, результатом чого стало глобальне масмедійне виробництво [155]. Індустріалізація масмедійного виробництва

призводить до формування медіа корпорацій різного масштабу і, відповідно, до вироблення корпоративної етики. Це можна вважати однією з тенденцій, яка говорить про необхідність створення як загальних, так і спеціальних підстав щодо укладання етичних кодексів професійних комунікаторів. Тим більше, що медіа корпорації являють собою диверсифіковане виробництво, яке виробляє різну медіа продукцію і послуги.

Все це створює серйозні умови для детального вивчення виробничо-індустріальної комунікаційної діяльності, а також формує необхідність врахування етичних норм ділового спілкування в комунікаційних галузях соціальної комунікаційної системи.

Відмінною характеристикою сучасної комунікаційної діяльності є те, що її норми формуються безпосередньо в процесі комунікації. Мається на увазі, що сама етика є похідною комунікаційних відносин, які складаються в умовах єдиного комунікаційного простору, де учасники комунікації перебувають у прямому контакті та взаємозалежать від комунікаційної дії (будь-то передача чи одержання інформації). Результат комунікаційної взаємодії значною мірою залежить від того, наскільки учасники комунікації дотримуються встановлених зразків, норм і правил.

Таким чином, вимальовується об'єктивна картина сприятливих умов для розробки єдиного етичного кодексу професійних комунікаторів і складаються сприятливі соціально-діяльнісні умови для цього. В межах змістовного поля комунікативного кодексу, на нашу думку, повинні бути: 1) загальносистемні основи етичних імперативів комунікаційних професіоналів; 2) професійні спеціальні норми і правила, що відображають специфіку соціально-комунікаційних каналів та підсистем; 3) спеціальні правила, норми, вимоги, які відображають специфіку елементів комунікаційного процесу у їх взаємодії (мається на увазі поведінка на різних етапах комунікаційного процесу).

Сьогодні об'єктом праці комунікаторів стає особистість. Відтак, її обслуговування набуває значної цінності, але відомі ситуації нехтування свободою отримання інформації через різні інструменти цензури, обмежень доступу та інших явищ, що використовуються в соціально-комунікаційних каналах. У нашій країні обмеження доступу до інформації в бібліотеках за виховними або ідеологічними мотивами обґрунтовувалося в

теорії керівництва читанням, яке розглядалося як «педагогічний вплив на зміст і характер читання», і в сутності надавало бібліотекарю право на власний розсуд визначати доцільність читання абонентом тієї чи іншої книги: в даний час керівництво читанням використовується переважно в дитячих бібліотеках. Незважаючи на бурхливий розвиток комп'ютерних комунікацій, читання залишається важливим соціокультурним фактором розвитку особистості та вимагає спеціальних заходів задля його підтримки та використання в процесах соціалізації особистості [166; 210; 272; 404]. Музейна сфера теж багато років перебувала під впливом спеціально-професійних догм, від яких у міру розуміння комунікаційної сутності їх виникнення та функціонування, поступово відмовилися [141; 183; 383; 430].

Зміна ціннісних орієнтації відбувається в останні десятиліття, і це відбивається на діяльності комунікаційних структур [313]. Інформаційна культура є найважливішою складовою культури інформаційного суспільства. Вона розглядається як фактор соціалізації буття людей в електронному оточенні [71; 137].

Поряд із названими професійними цінностями, що відображають сенс професії, цінністю для інформаційних працівників можуть стати конкретна інформаційна установа, передові технології, методи, технічні засоби, сама професія інформаційного працівника, а також певні події, важливі для даної інформаційної установи.

Такі суперечності, як правило, вирішує сам інформаційний працівник, керуючись, з одного боку, загальнолюдською, професійною, з іншого – індивідуальною мораллю, що визначається переконаннями, мотивами, ціннісними орієнтаціями, ідеалами, самооцінкою тощо.

У виборі поведінки інформаційному працівнику може допомогти знання законів, в які закладені деякі професійні норми, наприклад, вимога вільного доступу до інформації. Протиріччя, що виникають в процесі комунікаційної взаємодії з масовою аудиторією, групою або індивідуальним комунікатором, знімаються у відповідності до рівня професійної майстерності комуніканта. Вибір механізмів впливу також залежить від свідомого вибору фахівця – професійного комунікатора.

Таким чином, теоретичні розробки в галузі комунікаційної етики і деонтології комунікаційної діяльності повинні підкріплюватися зусиллями представників практичної сфери

соціальних комунікацій: освіти, соціально-комунікаційних структур, представників законодавчої влади, управління соціально-комунікаційною діяльністю.

Крім того, створення умов комфортного дружнього комунікаційного простору медіа сфери має підкріплюватися впровадженням програм медіа освіти на всіх рівнях системи виховання і освіти, а також складати обов'язковий елемент системи підвищення кваліфікації кадрів, у тому числі, й представників професійних комунікаторів.

Основні етичні вимоги до інформаційних працівників, які викладені в сучасних документах, можна сформулювати наступним чином: визнання і забезпечення свободи доступу користувачів до інформації, конфіденційність інформації про користувача, чесність у діалозі з ним, готовність допомогти користувачам, відповідальність у виконанні їхніх запитів, доброзичливість, ввічливість.

Для успішного існування й реалізації наявних цілей організації створюють деяку єдність комунікативних практик, які координують діяльність індивідів всередині організації на основі однакових уявлень про загальне благо, норми і правила поведінки, іншими словами, професійну комунікативну етику. Її головною метою є вироблення нормативного змісту для створення механізму самостійного регулювання, забезпечення взаємної підтримки, створення умов для підвищення ступеня довіри суспільства до даного виду діяльності [87]. В узагальненому вигляді ця етика одержала назву корпоративної, що діє на декількох рівнях. Ці рівні об'єднують всю структуру соціальної організації й відповідають її виробничим процесам, до яких в наш час входить і комунікаційний процес. Комунікаційні правила, норми природним чином входять до сфери управлінської діяльності, метою якої є створення умов взаємної партнерської довіри всіх працівників соціальної інституції, зокрема корпорації. Це рівень загальної комунікаційної політики корпорації. В умовах багатопрофесійності сучасних колективів необхідно передбачувати співіснування певних етичних конструкцій окремих професій – юристів, маркетологів, ІТ фахівців тощо. Але природа комунікаційної взаємодії диктує необхідність виокремлювати загальноетичні норми комунікації. Тому виправданим є положення про те, що в сучасному суспільстві професії спочатку мають свій базис у вигляді традиційно

встановленого етичного кодексу, який повинен бути розширений за рахунок норм комунікаційної етики. Це зумовлюється тим, що у будь-якій діяльності фахівці стикаються зі специфічними комунікаційними ситуаціями і вони повинні мати етичні підстави для того, щоб зробити розумний вибір з різних можливих дій відносно суб'єктів комунікації.

На всіх рівнях суспільної організації як окремої ланки суспільної діяльності фахівці вважають головною функцією професійної етики адаптацію індивідуальної поведінки до легітимізованих форм діяльності в конкретній галузі, роблячи її більш ефективною і корисною для всіх зацікавлених сторін [23]. Комунікаційна етика стає регулятором взаємин суб'єктів соціальної дії, метою якої є досягнення стійких, збалансованих комунікаційних дій на рівні єдності розуміння об'єктів комунікаційної взаємодії. Все це має підстави і для поширення поглядів на етичну сферу професійних комунікаторів як запоруку підвищення їх соціального статусу.

РОЗДІЛ 5. КОМУНІКАТИВНА ПРАКТИКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СТАН СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН

5.1. Комунікативна практика як засіб засвоєння досвіду комунікаційної діяльності та суспільної реальності

В умовах сучасного соціально-комунікаційного простору спостерігається широке впровадження теоретичних знань, принципів, методів, технологій соціальних комунікацій в різні соціально-культурні сфери суспільства. Збільшення різноманітності соціально-комунікаційних відносин у суспільстві за формою, способами фіксації, поширення інформації й збереження знань призвело до становлення системи соціальних комунікацій.

Сфера соціально-комунікаційної практики досить широко презентована в літературі. Найбільш традиційною у соціологічному, соціально-психологічному та психологічному плані відносно проблеми професійної діяльності комунікаторів є побутова комунікація. Увага до неї фахівців названих сфер пояснюється її міжособистісним характером. Як правило, тут розгортається артикуляція явищ стосовно психоаналізу, психологічної допомоги, соціальної праці, нейролінгвістичного програмування та інших служб психологічної підтримки.

У наш час передача інформації забезпечується високим рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, які

трансформують не лише можливості комунікаційної взаємодії в суспільстві, але й інформаційні потреби людей. Все це розширює сферу використання практичного і теоретичного досвіду соціально-комунікаційної діяльності, актуалізує пошук структурно-функціональних зв'язків між соціально-комунікаційною діяльністю та різними комунікативними практиками, що складаються в умовах інформаційного суспільства.

В основі комунікаційної практики лежать конкретно-прагматичні наміри щодо реалізації будь-яких суспільно значущих цілей. Сьогодні ця діяльність перенесена в сферу встановлення контактів, спілкування та комунікації, що пронизують усі сфери суспільної діяльності.

Комунікаційні практики відбивають широкий спектр соціокультурної діяльності людей в сучасному світі та мають велику кількість проявів, з огляду на те, що вони є одним з видів соціальних практик. Соціальні практики презентують собою діяльність, що дає змогу індивіду проявити себе в тій або іншій соціальній діяльності на професійному чи особистісному рівнях. Тому комунікаційні практики можна характеризувати як впорядковані форми взаємодії, що скерована на прийом та передачу соціально значущої інформації з урахуванням існування особливостей життєдіяльності людей, існування нерівності в межах спільнот. Тобто, комунікативна практика відтворює умови, в яких відбувається формування людини як особистості, і є засобом своєї реалізації в світі. Комунікаційну практику слід розглядати як комплексну методику здійснення процесу передачі інформації на основі заздалегідь сформованої мети і вибору аудиторії, на яку ця комунікаційна дія має бути спрямована.

У поширенні та засвоєнні комунікаційної практики значну роль відіграли різні комунікаційні засоби, що склалися протягом її історичного розвитку. Перш за все, слід нагадати таке комунікаційне явище, як розмовна мова. Виникнення розмовної мови стало новим етапом у розвитку знакових систем природної комунікації в людській спільноті. На думку фахівців, мова є продуктом розвитку думки людини, а з погляду теорії комунікації та лінгвістики – формою цієї діяльності. В процесі розвитку комунікаційного досвіду людства сформувалися різні комунікаційні засоби, що склали основу формування різних каналів комунікаційної взаємодії в суспільстві.

Сьогодні кількість як професійних, так і приватних контактів постійно зростає й примушує людину звертатися до все нових та нових засобів зв'язку. Цьому сприяє і розвиток мультимедійних каналів комунікації. Зараз можна перевірити свою електронну скриньку, відправити лист, влаштували відео-конференцію, перевірити повідомлення в соціальній мережі або написати статтю напряму зі свого мобільного телефону, і це все лише деякі з існуючих можливостей нової техніки. В освіті все більшої популярності набувають так звані вебінари та скайп-конференції. І незважаючи на те, що всі ці новітні засоби покликані поліпшити комунікацію, все ж таки існують правила, яких треба дотримуватися, навички, якими слід володіти задля успішного досягнення мети комунікації.

Соціально-комунікаційні сфери за різновидами комунікаційних відносин склалися майже в усіх соціальних підсистемах, що входять до соціальної системи діяльності в цілому. Ці різновиди організації соціально-комунікаційної діяльності забезпечують налагодження, функціонування, розвиток комунікаційних систем різного призначення, а також їх інтеграцію до соціально-комунікаційної системи суспільства. В цьому разі сферою комунікативної практики є прикладне використання комунікаційного процесу в різних галузях суспільної діяльності, що набувають професійно-спеціального статусу. До них ми відносимо бізнес-комунікацію, маркетингову комунікацію, паблік рилейшнз, освітню та педагогічну комунікацію, політичну комунікацію, міжкультурну комунікацію, різні форми мережевої комунікації тощо [14; 19; 30; 39; 40; 115; 116; 172; 189; 202; 220; 222; 226; 263; 285; 321; 327; 328; 367; 371; 381; 399; 423; 456].

Як зазначає А. В. Соколов, комунікаційні елементи та явища використовуються в доінституціональних підсистемах соціально-комунікаційної системи суспільства, до яких він відносить агентства з реклами, фірмові маркетингові служби, служби паблік рилейшнз, служби референтів-перекладачів, команди іміджмейкерів, біржі праці та довідкові міські служби, організаторів масових свят, шоу, чемпіонатів тощо [406]. Вже мало у кого викликає сумніви той факт, що шоу-бізнес, сфера соціального управління, туризм, кінематограф, театр, література, політика, освіта належать до сфери здійснення соціальної комунікації.

Особливо актуальними питання комунікаційної діяльності в різних суспільних сферах є у періоди їх інституалізації.

Новим явищем у процесі розвитку комунікаційної сфери є інституалізація соціальних мереж [456]. Соціальні мережі, на думку автора, «не створюють нових соціальних зв'язків, соціальних відносин; можна сказати, що вони «паразитують» на вже існуючих. Соціальні медіа, за думкою А. Б. Шалімова, на даний момент є одним з найскладніших соціальних механізмів виробництва й розподілу інформації. Застосовуючи інституалізаційний аналіз до соціальних медіа або соціальних мереж, він приходиться до двох висновків: 1 – соціальні мережі стають в сучасному суспільстві інтегруючим соціальним інститутом, який забирає у традиційних суспільних інститутів різний, що часто визначає їх соціальну значимість, функціонал; 2 – соціальні мережі в найближчому майбутньому можуть стати соціальним інститутом комунікації в цілому, в широкому сенсі цього поняття, що призведе (і вже призводить) до серйозних зрушень у суспільному устрої [456]. Зауважимо, що дослідження практики електронних медіа додають нових аргументів щодо поглиблення вивчення соціально-комунікаційної діяльності та її впливу на становлення нових комунікаційних практик як прикладних форм реалізації соціально-комунікаційної діяльності.

Засвоєння досвіду комунікаційної взаємодії в суспільстві як одного з фундаментальних основ буття людини відбувається через його диверсифікацію в різних суспільних підсистемах. При цьому простежується використання всіх існуючих комунікаційних засобів у різних комунікаційних практиках, звернення до теоретичних основ соціальної комунікації, використання різних комунікаційних предметів [39; 222; 223; 371; 456]. Але водночас відсутні системні зв'язки між усіма елементами соціально-комунікаційної діяльності та її прикладними характеристиками.

Види комунікації розрізняються за складом комунікантів: масова, групова, міжособистісна [379]. Загально використовуваним є положення про те що комунікаційна діяльність здійснюється у суспільстві в трьох формах: 1) спілкування – діалог рівноправних партнерів; 2) управління – цілеспрямований вплив комунікатора на одержувача інформації; 3) наслідування – запозичення зразків поведінки, стилів спілкування, способу життя одних членів товариства іншими.

Завдяки наслідуванню з покоління у покоління передаються мова, традиції, знання, вміння [87]. Головним при цьому є спілкування між двома або кількома суб'єктами – комунікаторами.

Роль мови у контексті комунікаційної практики людства аналізує Ю. Хабермас. Зокрема, в своїй теорії комунікативної дії він визначає мову системоутворюючою функцією в межах комунікаційної системи суспільства, визначаючи сутність комунікації через трансцендентні механізми мовних структур. На це звертає увагу і дослідниця концептуальних засад комунікаційної системи Ю. Хабермаса Лоскутнікова В. М. [249]. Повсякденна комунікативна практика містить безліч можливостей, оскільки повсякденна комунікативна практика не завжди сувора, будується не за жорстким алгоритмом і критична відносно використовуваних понятійних структур. Використовувані категоріальні засоби вбудовані в реальну мовну практику й їх форма і чіткість обумовлені як цільовими установками учасників комунікативного процесу, так й усім життєвим контекстом буття. Ось чому в різних контекстах процес комунікації виконує різні функції. Кожний соціальний організм впливає на характер комунікації, накладаючи певну своєрідність на нього всередині даної системи [490]. Тут важливо згадати про значення мови у процесі комунікації (Р. 2. п. 2.1.). Підкреслимо, що науковці звертають увагу на той факт, що в універсальному контексті мови суб'єкт комунікації має володіти не лише лінгвістичною компетенцією, але й комунікативною [441, с. 312]. Це означає, що у процесі соціалізації, яка реалізується в комунікативному просторі, комунікатори набувають навичок досягнення взаєморозуміння через використання невербалізованих механізмів, що засвоюються в процесі надбання комунікаційного досвіду.

Цілі спілкування відображають потреби спільної діяльності людей. Ділове спілкування майже завжди передбачає певний результат – зміну поведінки й діяльності інших людей [172]. Спілкування виступає як міжособистісна взаємодія, тобто зв'язки і вплив, які складаються в результаті спільної діяльності людей [87].

Управління людьми можна здійснювати у різний спосіб. Управління відрізняється від діалогу тим, що суб'єкт, який здійснює функцію управління, і є в такому разі комунікантом, має право на монолог, а комунікат в цій ситуації не може

дискутувати з комунікантом, він може тільки повідомляти про свою реакцію каналом зворотного зв'язку. Діалог в управлінських комунікаціях використовується лише у певних ситуаціях управлінчого процесу. Управлінський монолог може бути: у формі наказу (комунікант має владні повноваження, що визнаються реципієнтом); у формі навіювання (сугестії), коли використовується примусова сила слова за рахунок багаторазового повторення одного і того ж монологу (реклама, пропаганда, проповідь). Саме на навіюванні будується практика маніпулювання свідомістю покупців, виборців, масових аудиторій, чим користуються засоби масової комунікації, політичні партії, реклама, пропаганда; під час навчання (педагогічні засоби і методи, що впливають на духовний розвиток учня); у формі переконання, що апелює не до підсвідомих мотивів, як при навіюванні, а до розуму і здорового глузду за допомогою логічно вибудованої аргументації.

Особливою формою управлінської комунікаційної дії є зараження, яке стихійно виникає в масах людей. Зараження характеризується емоційним напруженням і агресивністю. Його джерелами можуть бути ритуальні танці, музичні ритми, релігійний екстаз, спортивний азарт, ораторська майстерність. Мабуть, як і у випадку навіювання, при зараженні велику роль відіграють несвідомі спонукання [401, с. 14-18].

При вивченні відмінностей між спілкуванням (суб'єкт-суб'єктні відносини) і управлінням (суб'єкт-об'єктні відносини) М. Бубер відмічає два типи ставлення людини до навколишньої дійсності: перший, це відносини «Я – Ти», що передбачає «перетікання з Я до Ти», справжнє розуміння і взаємність людей, що спілкуються; другий – відносини «Я – Воно», коли людина, будучи суб'єктом свідомості й дії, сприймає оточуючі її предмети та інших людей як безособові об'єкти або речі для утилітарного використання, експлуатації, маніпулювання [62].

У сфері управління типовий монолог в усному, письмовому та поведінковому вигляді використовується в повсякденній практиці і часто закладається в адміністративних документах (інструкціях, наказах тощо). Діалог в управлінській комунікації вимагає більшої підготовки, володіння культурою мови, а також вміння вести діалог при прийнятті управлінських рішень. Для діалогу нехарактерна письмова форма реалізації, але є винятки. Наприклад, форма діалогу використовується в

художній літературі [45]. Монолог існує як в усній, так і в письмовій формі.

Корпоративні комунікаційні практики складають сьогодні значну сферу реалізації комунікаційної культури сучасного суспільства. Сучасні професійні спільноти являють собою функціонально замкнені та спеціалізовані на виконанні визначених завдань системи, що підпорядковуються власним імперативам і користуються для саморегуляції власними кодами [23; 87; 384].

Щодо ілюстрації стану використання різних каналів комунікації в діловій сфері скористуємося дослідженням, яке наведено у роботі [87]. Зокрема, надається наступна ієрархія використання каналів ділової комунікації: розмова «обличчям до обличчя»; дискусія в межах невеликої групи осіб; виступ перед великою аудиторією; телефонна розмова; лист, особисте письмове повідомлення; текст, надрукований на машинці (комп'ютері); повідомлення на велику аудиторію; матеріал (стаття), відправлений прямою поштовою розсилкою; стаття у вигляді інформаційного листа компанії; новини в друкованих ЗМІ; реклама в ЗМІ; зовнішня реклама (бігборди).

Розвинутою сферою комунікаційної практики у наш час є сфера науково-інформаційної діяльності [27; 180; 213; 392], що склалася завдяки становленню її як системи, й важливості розповсюдження та використання науково-технічної інформації в суспільстві. Потоки науково-технічної інформації складаються в процесі науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної та виробничої діяльності, знань, що зафіксовані у формі, яка забезпечує їх зберігання, накопичення, відтворення, пошук і розповсюдження.

Інформаційні служби сучасного суспільства складають основи розвитку глобальних інформаційних систем, що підтримують інші сфери діяльності. Крім того, науково-технічна інформація є одним з ресурсів розвитку суспільства, найважливішим елементом його культури та необхідною умовою продуктивної інтелектуальної діяльності, особливо, наукової та технічної творчості, а також належить до продуктів інтелектуальної творчої праці й розглядається як об'єкт інтелектуальної власності.

Окремою сферою реалізації соціально-комунікаційної діяльності, комунікаційних принципів, схем, моделей є маркетингова комунікація. [371]. Особливістю маркетингової

комунікації вважається досягнення цілей ринкових відносин в постіндустріальну епоху і, перш за все, досягнення цілей отримання прибутку. Виділяють реальних та потенційних користувачів, тобто тих, комунація яких з інформаційною службою ще не відбулася, але можлива. Це можна віднести до мотиваційної сфери комунаційного маркетингу. Маркетингова концепція інформаційної діяльності орієнтована на поширення комунації з користувачами, одержання знань про нього. Ця концепція розглядає користувачів як один із сегментів інформаційного ринку. Кожна організація повинна визначити, яких вона обслуговує користувачів, і в залежності від кон'юнктури ринку змінювати акценти комунації з ними.

Так само відбивається значення комунаційних засобів, зокрема мови, в рекламній комунації. Наприклад, щоб підготувати рекламне повідомлення про будь-який товар, адресований певній аудиторії, необхідно сконструювати його образ, що вигідно відрізняється від аналогів. Далі рекламну ідею потрібно втілити до включення володаря в процес споживання. Виходячи з цього, інформація, яка формується з метою її включення в комунакативний процес між продавцем і покупцем, має включати в собі як очевидні (реальні) відомості, так і символічні (образні), які допомагають надати речі соціальну цінність [458].

Сьогодні можна вважати повністю сформованою сферу виробничої комунації. Частково вона інституалізована та інтегрована до системи науково-технічної інформації, а як сфера бізнес-комунації активно розвивається в останні роки. Бізнес-комунації та ділове спілкування вивчалось фахівцями в межах інженерної психології. Сьогодні здійснюються дослідження з комунаційного менеджменту [30; 109; 130; 198; 309; 311; 312; 315; 409]. У цій сфері зародилась документаційна комунакативна діяльність [110; 232; 233; 238; 293; 296; 342; 398]. Діловодство увійшло до інституціональної системи суспільної діяльності, що забезпечена фаховою підготовкою на рівні ВНЗ [128; 130; 216]. Сфера державного управління також набула необхідного рівня організації, організаційно-документаційного та інформаційного забезпечення й також має відповідну фахову підготовку [130].

У сфері політичної комунації склалась практика, яка відбиває великий спектр комунакативної діяльності в житті суспільства. Політична комунація містить всі можливі засоби комунації, використовує моделі комунаційного процесу, що

скерований на досягнення певних політичних цілей. Часто учасники політичної комунікації звертаються до найбільш поширених схем побудови комунікаційних відносин суспільством, що не завжди відповідають комунікаційній ситуації. Тобто, ми хочемо підкреслити той факт, що політична комунікація розвивається за універсальними закономірностями здійснення комунікаційної дії та потребує відповідної підготовки з теорії та практики соціально-комунікаційної діяльності. Цього вимагають загальні закони виникнення та розвитку комунікаційного суспільства, а також питання управління суспільними процесами [13].

Практика використання символно-знакової комунікації достатньо поширена в політичній комунікації, рекламній та PR-комунікаціях, бізнес-комунікації [379; 29; 30; 366]. Засоби невербальної комунікації широко використовуються в політичній комунікації, де важливе місце відводиться знакам та символам [366]. У соціально-комунікаційному аспекті соціальний знак розглядається як символ, який реалізується в предметі, на слові, жесті, дії або образі [458, с. 106]. Символ як елемент дописемної комунікації зберігає свою присутність в сучасних комунікативних повідомленнях, оскільки має більш сильний вплив на людей, ніж навіть слово [366]. Символ і в даний час набуває особливого значення в умовах візуалізації комунікаційного простору. У науковому співтоваристві прийнято вважати, що візуальне повідомлення носить більш довгостроковий характер. У зв'язку з цим, Почепцов Г. Г. пояснює розвиток візуальної комунікації вже в умовах наявності електронних каналів комунікації, а також у сфері мистецтва, художньої літератури, музики, кінематографу. Такої ж думки дотримується і Соколов А. В. [406].

Однією із найстаріших комунікативних практик в суспільстві є наукова діяльність. Ця сфера добре вивчена в спеціальній літературі, існує ґрунтовний аналіз її проблем: від створення віртуального глобального наукового співтовариства (через Інтернет) до організації комунікативних подій типу наукових конференцій і конгресів. Організація поточної наукової комунікації стала предметом бізнесу [11; 47; 53].

Сфера освіти на сьогодні є найбільш динамічною соціальною підсистемою, що втілює моделі соціальної комунікації. Перш за все, вона реагує на зміни у зовнішньому контурі соціально-комунікаційної діяльності у зв'язку з

диференціацією освіти, появою ринку освітніх послуг, виникненням потреби в рекламі і «паблік рилейшнз» освітніх установ.

Освітньо-педагогічна комунікація є найактуальнішою сферою комунікаційної практики, що потребує серйозного та глибокого вивчення з огляду на процеси, що відбуваються у комунікаційній сфері суспільства.

У даний момент використання комунікаційних технологій в освіті є однією з актуальних тем, що широко обговорюються. Комп'ютер є невід'ємною частиною навчального процесу. Комп'ютерні технології істотно розширюють можливості освітньо-педагогічного процесу. З розвитком комунікаційних технологій здійснюються очікування вдосконалення навчання з реалізацією індивідуального підходу. Для цього сьогодні вже широко використовують різні мультимедійні підручники, електронні посібники, відеолекції, презентації навчальних матеріалів, відеоролики реальних процесів, електронні тести тощо, широко використовуються можливості Інтернет. Наслідком їх використання в нових навчальних умовах стає подолання територіальних обмежень доступу до навчальних центрів. Дистанційне навчання фактично вирішує проблеми безплатного доступу та легальності [393]. Всі ці засоби істотно поліпшують засвоєння теоретичної бази та практичних навичок.

Широко залучаються у процес навчання комп'ютерні ігрові технології. До наявних переваг вживання технологій комп'ютерних ігор при вивченні, наприклад, іноземної мови можна віднести наступне:

- формування і розвиток усіх видів мовленнєвої діяльності активними методами навчання;
- формування мовної компетенції;
- можливість організації та контролю самостійної роботи з розвитку навичок мовленнєвої діяльності в ігровій формі;
- підвищення мотивації щодо засвоєння мови;
- обмежені можливості формування лексичного запасу учня у вигляді вузької тематики і специфіки лексичного матеріалу, що визначається комп'ютерною грою;
- учні і викладач повинні володіти навичками роботи з персональним комп'ютером [158].

Технологія візуалізації тексту в 3ds моделях представляє собою активний ігровий метод, що істотно підвищує ефективність навчання, дозволяє викладачеві творчо підійти до

навчального процесу [158]. Зокрема, це стає у нагоді у мовному навчанні, при вивченні іноземних мов, що є край важливим в умовах міжкультурної комунікації в комунікаційному просторі сучасності.

Змінилися підходи у різноманітних практиках людської діяльності, пов'язаних з формоутворенням: конструювання багатомірних середовищ з різними параметрами управління та динамічними характеристиками. Підвищився статус візуального у поданні інформації [326; 325].

Широкий діапазон мультимедійних ресурсів розглядає у своїй роботі О. В. Шликова [463]. Зокрема, це стосується цифрового архівування аудіо, відео та текстових матеріалів бібліотек, сховищ та архівів, обіцяє технологічну революцію доступності усїєї культурної спадщини планети.

Мультимедійні засоби комунікації та продукти мультимедійного виробництва широкого споживання детально описані в літературі, зокрема, у роботі [463], в сфері наукової комунікації – в роботі [461], в документально-інформаційній сфері [120].

Мистецтво стало сферою сприйняття комунікаційного досвіду суспільства з використанням нових можливостей мультимедійних комунікацій, що оновлюють підходи до розуміння процесів сприйняття інформації людиною та її відтворення у картинах соціальної реальності й самосвідомості людини. Мистецька комунікація актуалізує новітні дослідження всіх своїх сфер відносно пошуків нових законів формування відносин між образами та ідеями. До цього звертаються дослідники медіальної саморефлексії, інтегрованої театралізації, культурної конвергенції індивідуальних світів людей, що залучаються до єдиного комунікаційного простору [106; 113; 124; 144].

Дослідники доводять, що сучасна мультимедійна практика стає одним зі способів засвоєння суспільної реальності в умовах єдиного медіа простору сучасності [89; 196; 197; 274; 332; 333; 385; 440; 463]. Вони високо оцінюють можливості нових мистецьких практик у формуванні нових технологій сприйняття людиною зовнішньої реальності.

Ситуації, коли образи, створені мистецтвом, втілюються в реальності, а події повсякденності перетворюються у художні образи, показує, що досвід художньої комунікації в першу чергу є практикою віртуалізації життєвого середовища людини.

Феномен мультимедіальності пов'язаний з проблемою визначення дійсної та уявної реальності [325].

С. Жижек зазначає, що присутність екрану дозволяє людині взаємодіяти зі зверхчуттєвим віртуальним всесвітом, але при цьому відбувається знецінення цінностей, пов'язаних з розвитком духовної культури [144]. Мультимедіальне служить вікном, рамковою конструкцією, інтерфейсом, через які людина бачить Інший світ, Іншу сцену, розриваючи зв'язок з природою, з природним середовищем та активізуючи систему механізмів, що породжують ілюзію реальності. Так, в працях Б. Гройса підіймається питання про форми й практики медіальної саморефлексії [111-113].

Одним з цікавих теоретичних напрямів виступає дискурс інтегрованої театралізації [124]. На думку Р. Дебора, завдяки розвитку технологічних засобів репрезентації образів та ідей формується автоматизоване суспільство, позбавлене цілей і перспектив продуктивної діяльності. Прогрес видовищних технологій занурює суспільство в божевілля, підтримуючи логіку заперечення життя, прийняту до дії суспільною свідомістю. Р. Дебор показує, що «спектакль» – це не сукупність образів, а вираз ціннісних пріоритетів у відносинах між людьми, опосередкований образами. Картина світу, що об'єктивується, одержала своє матеріальне втілення у формі соціально організованої видимості реального життя і культурної конвергенції індивідуальних світів.

У сучасних дослідженнях мистецтва і технологій використовується різноманітна термінологія: «медіа-мистецтво» [482], «мистецтво нових медіа» [507], «комп'ютерне мистецтво» [517], «цифрове мистецтво» [504], «кібернетичне мистецтво» [481], «технологічне мистецтво» [505], «інформаційне мистецтво» [520], «гібридне мистецтво» [509], «віртуальне мистецтво» [487]. Дослідження О. Гро [487] наочно демонструють, що найважливіші досягнення використання комп'ютерів у світі мистецтва, наприклад, імерсійні системи віртуальної реальності – лише продовжують традицію віртуального мистецтва, народжену ще прабатьками сучасних людей у їхньому побуті печерному.

У роботах американського культуролога С. Зонтага визначається вплив сучасної соціально-комунікаційної практики в мистецтві, який проявляється завдяки застосуванню біогенних технологій в мистецькій діяльності [162]. Автор концентрує

увагу на симбіозі комп'ютерних технологій і практик генної інженерії в мистецтві. Вивчення досвіду формування біогенних художніх реальностей дозволяє уточнити сформовані уявлення про природу інтермедіальності, мультимедійного ресурсу художньої комунікації. Біогенне мистецтво є однією з практик формування сучасної системи медіа комунікацій. Воно розширює межі уявлень про способи формування художньої реальності у світовій культурі. Біотехнології, як і мова гіпермедіа, є конструктивним елементом життєвого середовища інформаційного суспільства.

Комунікативні сфери шоу-бізнесу і спортивного бізнесу також стають полігоном впровадження комунікаційного досвіду суспільства. Особливим напрямом використання комунікаційних технологій є створення комунікаційних образів зірок естради, спортсменів, що підтримує розвиток нової комунікаційної практики іміджмейкерства. До речі, ця практика вже поширюється й на інші суспільні сфери діяльності, зокрема ЗМК, політику [366-368].

У наш час до сфери комунікаційної практики активно залучається туристичний бізнес. У ряді випадків це перетинається зі сферою міжнародної, міжкультурної комунікації.

Досить інституалізованою прикладною сферою соціально-комунікаційної діяльності є підсистема міжнародної комунікації у вигляді офіційної дипломатії. Існує великий досвід з особливостей міжкультурного спілкування, дипломатичного етикету, дипломатичного протоколу як на державному, так і на особистому рівнях. Різні культури все більше проникають одна в одну і одночасно уніфікуються у глобальному процесі гомогенізації. Культурна спадщина минулого оцифровується і включається в медіа простір сучасного суспільства. Комунікаційні засоби презентування інформації, за переконанням фахівців, зближуються через нові засоби її сприйняття у мультисенсорному просторі. Як ми вже відмічали вище, новий художній, комунікаційний досвід реалізується через техно-художню гібридизацію культурних смислів.

У цьому зв'язку доречно згадати працю Біличенко О. Л., яка, вивчаючи доробки філософів В. С. Біблера та М. М. Бахтіна про діалог культур, зазначила, що діалог в художній комунікації доречно розглядати в системі діалогу автора, твору та читача [45]. Саме через ці елементи комунікації у просторі літератури

відбувається трансляція певних ментально-культурних смислів, носіями яких є автор, і сприйняття цих смислів читачем. Це і складає можливість діалогу. Біличенко О. Л. також зверталася до розгляду ролі художньої літератури в міжкультурній комунікації. Вона відзначила, що художній твір знаходиться в процесі взаємного впливу автора та читача, представників різних культур, що стають близькими в умовах єдиного комунікаційного простору. Ми додамо, що читач, слухач, глядач по-своєму формують твір у діалозі з письменником, художником, композитором і т. п.

Налагодження міжкультурної комунікації є актуальним завданням соціокультурного розвитку в умовах глобалізації суспільного життя. Міжкультурна комунікація супроводжувала процеси комунікаційного розвитку людства і є необхідною умовою становлення суспільства в розмаїтті матеріального та духовного засвоєння життєвого простору. Особливе значення міжкультурної комунікації розкривається в умовах формування інформаційного суспільства в середині ХХ століття. Фактором поширення проблем комунікації були не лише інтеграційні процеси в сфері виробництва, економіки, політики та культури, до яких традиційно відносять мистецтво, туризм, літературу. Особливими сферами міжкультурної комунікації стали наука та освіта.

Загалом, міжкультурна комунікація стала одним із проявів соціокультурної динаміки людства завдяки розвитку соціально-комунікаційної системи суспільства. Багатоаспектний аналіз міжкультурної комунікації здійснено Т. В. Колбіною [211]. Автор дослідила розвиток міжкультурної комунікації в сфері філософії, соціології, культурології, соціальної психології починаючи з 70-х років ХХ століття.

Сфера міжкультурної комунікації стосується сьогодні всіх аспектів існування суспільства і особистого життя людини, зважаючи на його трансграничність. Звичайно, в цих процесах велика роль належить організації ЮНЕСКО, яка створила мережу кафедр ЮНЕСКО та партнерів «Культура світу через комунікацію». Кафедри ЮНЕСКО були створені з метою підтримки міжнародної академічної солідарності в науково-освітній сфері.

Головною діяльністю мережі є поширення ідей світової культури, затвердження засадничих принципів демократії, толерантності, взаєморозуміння і культурного розмаїття,

сприяння здійсненню прав людини на національному, регіональному та міжнародному рівнях через втілення наукових досліджень та проектів, тренінгів, семінарів, освітніх програм тощо. Основними завданнями реалізації цієї політики були інтенсифікація обміну науковими досягненнями між університетами світу, поширення міжвузівського спілкування, впровадження інноваційних науково-освітніх технологій, реалізація програм гуманітаризації та гуманізації освіти.

Реалізація завдань міжкультурної комунікації знаходиться в прямій відповідності до діяльності кафедр «родини ЮНЕСКО», яких нараховується більше 630 та розташовані вони в 125 країнах усіх регіонів світу [259; 291; 390]. З самого початку вся діяльність кафедр ЮНЕСКО орієнтована на використання та розвиток комунікативних практик. Це надає великі можливості з розповсюдження власних досягнень та досвіду і відповідає загальній стратегії розвитку країн у глобальному інформаційному просторі суспільства [129; 231].

Центром координації дій кафедр ЮНЕСКО в Україні є Києво-Могилянська академія, яка також є ініціатором створення мережі кафедр після відкриття у 1999 році міжнародної кафедри ЮНЕСКО «Права людини, мир, демократія, толерантність і взаємопорозуміння між народами» [390].

Загальне значення філософської думки стосовно спілкування розкривається у навчально-виховній та науковій діяльності, що здійснює кафедра ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» (з 2013 року – «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка. Враховуючи двадцятирічний досвід роботи цієї кафедри, можна зазначити нові напрями практичної реалізації наукових доробок філософії спілкування в комунікативній практиці ВНЗ.

Своє призначення кафедра реалізує через науково-освітню діяльність, яка передбачає організацію навчального процесу, розробку планів та програм курсів, читання лекцій, проведення семінарів, участь та проведення численних наукових конференцій, круглих столів, керівництво студентськими науковими роботами тощо. За межами та в межах університету кафедра зосереджується на науковій розробці філософських засад вивчення спілкування та комунікації, а також практичному втіленні розробок в комунікаційну практику діяльності кафедри

та університету в цілому. Результатом діяльності кафедри є підготовка численних підручників та монографій, навчально-методичних посібників та методичних матеріалів для самостійної роботи, що майже кожен рік доповнюються та переробляються. В перспективі вони можуть бути використані як основа формування нових навчальних дисциплін. До переліку авторських курсів, що розробляються і викладаються на кафедрі, входять філософія та теорія соціального управління, філософія конфліктного спілкування, філософія людини та проблеми творчості, філософія та психологія ділового спілкування, філософія комунікації тощо. Комплексною дисципліною, що поєднує різні аспекти історії, типо-видове розмаїття спілкування та комунікації, психологічні та етичні проблеми спілкування, основи міжкультурної комунікації є дисципліна «Філософія людського спілкування». Лекційний матеріал вміщує і привносить до студентської аудиторії потенціал формування гуманістичного світогляду молоді, що охоплює духовні цінності цивілізаційного світу, пов'язує їх з професійною культурою.

Визначною подією, яка має великий вплив на наукову та виховну роботу кафедри в межах і поза межами університету є розробка Концепції Великого Проекту «Григорій Сковорода – 300» (2002-2022 рр.). Цей проект є важливою ланкою відтворення процесів формування національної історичної пам'яті України. До його розробки і втілення у різних напрямках діяльності університету були залучені студенти, викладачі різних ВНЗ Слобожанщини та регіонів України.

Останнім часом підвищення уваги до комунікації спостерігається в сфері медицини, юриспруденції, релігії та освіти. Увагу фахівців приваблює релігійна комунікація [203]. Найбільш важливими аспектами в цьому дискурсі мають питання розуміння та інтерпретації релігійних текстів [там же].

Поширення комунікаційної практики в будь-яких сферах викликає потребу відтворити всі можливі моделі ефективної взаємодії людей, сформувані і розвинути людські взаємовідносини, координувати і спрямовувати на досягнення певних цілей. При цьому використовуються всі відомі можливості соціально-комунікаційної діяльності, що з'явилися в суспільстві. Сьогодні ми бачимо присутність усіх існуючих комунікаційних явищ, джерелом яких є знаково-символьна комунікація біосоціального етапу. Протягом історичного

розвитку всі вони зазнали значних трансформацій та поширилися на всі сфери суспільного життя. Стає у нагоді весь пізнавальний та практичний досвід соціальної комунікації, що узагальнюється сьогодні на соціально-професійному рівні. Поширення соціально-комунікаційної діяльності на всі сфери суспільного життя в умовах мережевого суспільства актуалізує питання її розуміння як однієї з форм суспільно-історичної практики. Її ключовим питанням дослідники називають децентрацію соціуму та індивіду [275]. Тобто, ми вступили в епоху конкурентного середовища символічних форм, віртуальних соціальних інститутів та зв'язків на основі електронних комунікаційних засобів.

Нові комунікаційні практики у будь-якій соціальній підсистемі так чи інакше стикаються зі специфічним проявом символічних дій, зворотністю комунікаційної дії, нових правил взаємодії у віртуальному комунікаційному просторі. Нове комунікаційне середовище породжує нові соціальні зв'язки та стає основою формування нових соціальних спільнот з будь-якою суспільно значущою метою комунікаційної взаємодії: освітньою, професійною, дозвіллевою, політичною та ін., такі спільноти можуть створюватися на тимчасових або довгострокових консенсусах. У мережі відбувається організація інституціональних виробничих організацій, які називають мережевими, що обслуговують або є частинами реального організаційного сектору суспільства.

Поширення соціально-комунікаційної практики підіймає нові питання здійснення комунікаційних зв'язків, а також висвітлює важливість цілей змісту і розуміння в процесах суспільної взаємодії в масштабі всього суспільства. На це звертає увагу В. О. Ільганаєва, наголошуючи на генетичній єдності соціальної комунікації й єдиних корінь соціально-комунікаційної діяльності [186; 188]. Розуміння суті соціальної комунікації і комунікації як масового процесу важливе з погляду необхідності осягнення масштабу змін у комунікаційній структурі соціальної взаємодії та вдосконалення суспільних відносин у сучасному глобальному світі. Фахівці з соціальних комунікацій повинні усвідомлювати явища, які вони спостерігають у своїй професійній сфері, а також бачити за своїми спеціально-професійними реаліями загальні сутності діяльності, що поєднує всю практику соціально-комунікаційної дії як цілісної суспільно-історичної практики. З іншого боку,

споживачеві масової інформації та пропаганди також не заважає знати деякі основи теорії комунікації з тим, щоб не бути легковірною жертвою цієї самої пропаганди і підлягати негативному впливові на масову або групову свідомість.

Цілком природно, що негативні тенденції, які виявляються в процесі використання комунікаційного досвіду в суспільній взаємодії, викликають необхідність захисту комунікаційного простору суспільства. На це звертають увагу фахівці, що усвідомлюють небезпеку забруднення комунікаційного простору суспільства та підіймають питання екології медіа простору [57; 203; 392; 431].

В основі соціально-комунікаційних практик сучасного суспільства лежать загальні закономірності розвитку, трансформування, використання комунікаційних засобів, що склалися паралельно з розвитком суспільної діяльності та становленням системи соціальних відносин. У цьому процесі спостерігається трансформація самих засобів комунікації, в основі яких лежала мова, що ускладнила свою структуру і знаково-символьні інстиляції.

Комунікаційний досвід людства, що формувалася і складався в професійні сфери комунікаційної діяльності, сьогодні поширюється на комунікаційний досвід всього людства. Це потребує досить серйозних досліджень, узагальнень в сфері теоретичного знання та практичної соціально-комунікаційної діяльності.

В процесі аналізу соціально-комунікаційної діяльності в її структурно-функціональному та інституціональному плані встановлено, що соціально-комунікаційна діяльність відповідає методологічній установці на її загальне значення як базису розгортання комунікативних практик, що виникають і поширюються в різних сферах соціально-культурного життя. Соціально-комунікаційна теорія, що вивчає соціально-комунікаційну діяльність, має тенденцію до фундаменталізації знання про соціальну комунікацію та прикладного використання цих знань в різних соціальних підсистемах таких як: маркетинг, освіта, політика тощо.

Структурно-функціональний аналіз соціально-комунікаційної діяльності дозволяє зробити висновок, що процеси поширення комунікаційної практики охоплюють практично весь простір соціокультурного життя суспільства, це проявляється як на рівні традиційних комунікаційних підсистем,

комунікаційних інститутів, комунікаційних структур суспільства, так і на рівні всієї соціально-комунікаційної системи суспільства.

Розвиток сучасних комунікативних практик базується на використанні практичних і теоретичних характеристик соціально-комунікаційної діяльності як окремого виду в її структурно-функціональному розмаїтті. Подальше вивчення проблеми взаємозв'язку соціально-комунікаційної діяльності та комунікативних практик пов'язане з поглибленням праксеологічного аналізу соціально-комунікаційної діяльності, механізмів її трансформації, особливостей проявів в різних соціальних підсистемах, визначенні ролі традиційних та новітніх засобів комунікаційної дії.

Нові умови здійснення соціально-комунікаційної діяльності в медіа просторі характеризуються значними проявами гібридизації засобів комунікації, комунікаційних каналів, форм презентування інформації та знань у будь-якому вигляді, споживання медіа продукції як новітніх форм комунікаційних повідомлень. Найбільш поширеним аспектом вивчення цих тенденцій є техно-художня гібридизація, до якої ми зверталися протягом розгляду історико-еволюційних трансформацій комунікаційних засобів та технологій у Розділах 2 та 3. Слід зазначити, що розробки в сфері сучасної мистецької комунікації з використанням мультимедійних технологій та медіа простору презентування світу художніх форм відображення всесвіту значно вплинули на інші сфери соціальних комунікацій. Можна сказати, що новітні методи подання художніх зразків вплинули на соціально-політичну сферу соціуму. Це стосується не лише методів, прийомів та технологій художньо-гібридних форм, що використовуються сучасним політикумом в процесі виборчих компаній, пропаганди або зв'язків з громадськістю, а й питань формування національної культурної політики, зокрема в сфері соціальних комунікацій.

Ми маємо враховувати такі обставини розвитку культури та прийняття рішень в цій сфері, як інформатизація комунікаційних відносин в сфері культури, становлення культурної індустрії в розмаїтті її галузей: кіновиробництво, цифрове телебачення, продюсерські компанії та ін. Їх виникнення та розвиток в національних культурах знаходиться в межах загальнокультурної тенденції комерціалізації культури.

Спрацьовують ринкові механізми розвитку культурно-комунікаційної діяльності, що проявляється у виникненні культурної конкуренції в досягненні комерційного ефекту на культурному ринці світової культури, а також отриманні культурного превалювання в соціально-культурних сферах соціуму. У зв'язку з цим часто обговорюються питання лідерства американських кіновиробників, що розповсюджують свій продукт з використанням потужності електронних комунікацій єдиного комунікаційного простору [91].

Відомо, що розрахунок в цій сфері робиться на цифрове популярне масове мистецтво, яке сьогодні є ключовим ресурсом сучасного культурного виробництва. З іншого боку, це є стимулом розвитку національного мистецького виробництва, об'єднанням зусиль «національного культурного виробника» щодо підготовки конкурентоспроможної медіа продукції. Така ситуація створює умови для боротьби на культурному ринку не на рівні кількісних показників, а на рівні якісної презентації національних культурних традицій, просування на світовий культурний ринок мистецьких форм національного колориту, змісту та нових форм культурного осмислення національної культури в загальносвітових вимірах.

Сучасні інфраструктурні трансформації медіа середовищ створюють нові напрями в культурній політиці України. Головним завданням цієї політики стає збереження культурної спадщини країни в медійному просторі, а також створення умов її інтеграції до загальносвітової культурної спадщини. Це скеровує представників різних соціально-комунікаційних структур, що відповідають за зібрання, збереження та розповсюдження документальної пам'яті, на впровадження відповідних проєктів, а з боку держави очікується адміністративно-фінансова підтримка цих проєктів як важливого фактору консолідації суспільства. До таких структур традиційно відносять архіви, бібліотеки, музеї, художні галереї, які потребують фінансової підтримки, оскільки віртуалізація їх інформаційно-культурних ресурсів сьогодні складає певну галузь соціально-комунікаційної діяльності. Ця галузь пов'язана з використанням потужної мультимедійної техніки як для створення віртуального ресурсу, так і для його мережевої підтримки. Ця галузь в Україні розвивається дуже повільно, що відбивається на питаннях доступу та використання культурних надбань нації.

У площині культурного медіа ринку сьогодні відбуваються дуже важливі процеси освіти та виховання підростаючих поколінь, що включаються в медіа простір на зразках медіа продукції світового ринку. Від того, що пропонують національні виробники, залежить культурне здоров'я нації, тому багато питань викликають зразки негативної поведінки, що пропонується виробниками відеоігор, які знаходяться у вільному доступі в мережі Інтернет; агресивна і недоброякісна реклама тощо. Вважаємо, що це стимулює обговорення цензури інформації, яка знаходиться у мережі Інтернет, прийомів та методів обмеження доступу дітей до певних сайтів та інших ресурсів інформації. Теж саме можна сказати про технології аналізу інформаційних регістраторів та технологій спостереження, що мають характер втручання в приватне життя людей.

Формується новий культурно-політичний дискурс відкритого коду як засобу регулювання поведінки людей в умовах загальної доступності до інформації. Найважливішим аспектом цього дискурсу є питання взаємної відповідальності суб'єктів комунікації: тих, хто генерує, створює, формує наповнення медіа простору інформацією; тих, хто транслює комунікаційні повідомлення; тих, хто реагує на ці повідомлення. Питання порушує важливість мотивації інформаційних повідомлень, що надсилаються каналами соціальної комунікації, а також інформація повинна відповідати вимогам передачі сенсів. Слід враховувати, що інформація заради інформування не завжди має соціокультурний сенс, який відповідає очікуванням комунікаторів і суспільства в цілому.

Багато питань викликають явища мережевого плагіату, забруднення мережі «перепостами» певного змісту. На нашу думку, такі питання потребують широкого професійного обговорення, перш за все, в колах професійних комунікаторів, а потім повинні виноситися на загальносуспільні обговорення, як на це нас орієнтують принципи функціонування громадянського суспільства. Як ми зазначили вище, потрібною стає фільтрація інформації у відповідності до певних цінностей. Тут не завжди мають превалювати цінності певних груп населення або владних еліт, етносів тощо. Головними нам вбачаються загальнолюдські цінності, які, за нашим переконанням, несуть можливість досягати певного порозуміння та вирішення багатьох проблем соціального характеру. Подібне ставлення потребує широкого

професійного узгодження в колах комунікаторів і серед громадськості. Інакше знаходження порозуміння, зокрема у питанні особистої інформації та її захисту, стає дуже складним.

5.2. Людина у просторі комунікації

Виявлення особливостей існування людини в комунікаційному просторі сучасності сьогодні є актуальним напрямом соціально-комунікаційних досліджень [140; 160; 275; 281; 392]. Соціокультурна ситуація сучасності пов'язана з ускладненням умов існування людини, виникненням проблем засвоєння нових середовищ соціально-комунікаційного простору суспільства.

Зі зміною соціокультурних форм буття змінюються форми соціальної взаємодії, її засоби, моральні та етичні норми, канали передачі інформації, а також технології презентування інформації та знань в соціальних системах. Більшість з цих аспектів знаходиться в полі зору науковців. Слід зауважити, що ключовим аспектом філософського вивчення буття людини завжди було визначення спілкування та встановлення його ролі в соціокультурній діяльності людини, але утворення комунікаційного простору сучасності на базі інформаційно-комунікаційних технологій ХХІ століття актуалізувало питання захисту людини в нових умовах [281].

Соціальне життя є об'єктивною умовою формування людської цивілізації, в якій основні її складові – це діяльність, пізнання, взаємодія, що створюють необхідний механізм її функціонування та розвитку. Взаємозв'язки між сферами людського буття постійно знаходилися в центрі уваги філософів, які виводили простір соціального буття людини з існуючих картин світу або світоглядних моделей. Традиційно ці роздуми були пов'язані з існуючими формами свідомості людей та продовжували здобутки практичного досвіду «людини діючої». Але філософія також виокремлює декілька рівнів устрою буття, до яких належать: релігія (ідеологія); світогляд; система цінностей; політичні, господарчі, суспільні традиції; моделі поведінки [438]. У цьому контексті спілкування є основною категорією, що пов'язує всі існуючі рівні суспільного буття.

Культура є простором життєдіяльності людини і водночас – простором формування та руху культурних смислів. Тобто вся система культури пронизується каналами зв'язку між людьми,

які творять культуру, і водночас відтворюють себе в культурі. Таким чином здійснюється освоєння форм діяльності, які проявляються в предметах, продуктах культури, а також мислєдїяльності, що формують свідомість людини. Підтвердження цьому ми знаходимо у положеннях концепції П. Сорокіна відносно структури соціокультурної взаємодії, що, за його думкою, містить три складові: особистість як суб'єкт взаємодії; суспільство як сукупність взаємодіючих індивідів; культура як сукупність значень, цінностей і норм, якими володіють взаємодіючі особи [409, с. 218]. В цьому розуміння соціальна комунікація є основною складовою соціального розвитку. В такому разі вона вбирає в себе головні моральні, науково-світоглядні, соціально-економічні, технологічні, когнітивно-семіотичні та інші найважливіші характеристики соціальності, стає середовищем соціальної взаємодії, що впливає на соціальні відносини, соціальні структури, характер соціальної діяльності та форми її організації.

Мережеве суспільство є нічим іншим, як відбитком нового характеру суспільних відносин. При цьому суспільство має все необхідне для єдності, але не використовує повною мірою. Самотність людини стає повсякденною відзнакою суспільного життя, а існування у мережі стає єдиною ниттю, що поєднує з фізичною реальністю. Ми стаємо свідками того, як взаємодія між суб'єктами соціальної діяльності в сучасному соціокультурному просторі здійснюється фактично без кордонів, необмежено ні часом, ні простором. Світ комунікацій пронизує життя і культуру суспільства, які отримують при цьому додаткові цінності. В. О. Ільганаєва зазначає: «Спостерігається завершення певного циклу опанування глобальністю та єдністю інформаційної взаємодії в суспільстві, який був підготовлений еволюційним розвитком СК структур, що забезпечують у будь-якій формі фіксацію, збирання, обробку, збереження, розповсюдження, використання, споживання інформації як продукту духовної практики людства» [184].

Новий комунікаційний простір зумовлює відповідний спосіб життя, створення стереотипів та установок поведінки, ціннісних орієнтацій, що не були знайомі попереднім поколінням [119; 171; 200; 267; 382; 440; 454; 476]. Цю ситуацію дослідники називають кризою читання і пов'язують її з проблемами використання інформації, деградацією природної

мови, ускладненням розуміння змісту слів та відтворення смислів із текстів. Занепокоєність таким станом виказують представники багатьох країн, включаючи читання до системи медіа грамотності [20; 179; 268; 277; 318; 334; 335; 336; 433-436]. Користувач в системі інформаційного обслуговування сприймається нами як одна з численних соціальних ролей людини і як форма її комунікаційної діяльності. Звернення до інформації й потреба в її споживанні є життєвою необхідністю – бути частиною суспільства, людської спільноти, що також є бажанням бути особистістю, бути людиною свого часу і соціокультурного простору.

Під впливом розвитку комунікацій як окремого виду суспільної взаємодії, що пов'язана з цілеспрямованою, фактично запрограмованою передачею культурних смислів, людина опинилася у центрі комунікаційних зв'язків. Структурована організація суспільного життя, жорстка залежність соціальних інституцій від виконання суспільних завдань та ставлення до людини як до об'єкту впливу, роблять суспільну позицію дуже вразливою. Джерелами масового впливу на особистість є державні та громадські організації, макро- та мікрогрупи й окремі суб'єкти суспільства. Більш того, до комунікаційних відносин масово залучаються суб'єкти, які не є професійними комунікаторами, але мають всі можливості вносити свої повідомлення в сучасний комунікаційний простір. При цьому вони не завжди усвідомлюють наслідки свого безпосереднього втручання до глобальних мереж, використовуючи їх не лише для спілкування, але і задля розповсюдження своїх думок, життєвих пріоритетів, критичних зауважень через свої приватні веб-сторінки та профілі у соціальних мережах. Дослідники називають цей стан комунікаційного простору «комунікаційним вибухом» або «комунікаційним шоком» [380].

Комунікаційна активність людини створює особливу інформаційно-комунікаційну напругу в суспільстві, що робить комунікаційний простір ареною зіткнень різних уявлень про світ, соціальні відносини, вимоги до державно-політичної сфери суспільства, представників політики, культури, бізнесу, ЗМІ тощо. В комунікаційному просторі на основі цього формуються цілі спільноти, що часто агресивно ставляться одна до одної. Крім того, така властивість комунікаційного простору як швидкість передачі інформації, безмежність її подання в різних каналах комунікації робить його дуже зручним для

цілеспрямованих інформаційних атак на державному та міждержавному рівнях [365].

Інформатизація соціально-комунікаційної діяльності стимулювала появу паралельних світів фізичного і віртуального, що ускладнює сприйняття цієї реальності та робить особистість об'єктом масованого впливу. Особливий критиці з цього приводу підлягають ЗМІ та реклама. Вони не лише створюють нові простори зв'язків і наповнюють їх бажаним для влади та виробників змістом, але й поглиблюють розрив між реальним фізичним світом існування людини та уявним. Цим вони лише посилюють соціально-психологічний та моральний дисбаланс у свідомості людини, а також спотворюють природні, етично-культурні основи формування особистості. В такій ситуації, як свідчать дослідники, тільки слідування особистому життєвому досвіду та спирання на традиційні людські цінності зберігає людину від втрати себе як особистості та зв'язків з іншими людьми [173].

Сучасна людина знаходиться в просторі інформації, що рухається різними каналами. Успіх життєдіяльності людини залежить від володіння багатьма компетентностями, що пов'язані зі створенням та споживанням текстів в різних форматах: візуальному, звуковому, писемному. Традиційне читання переживає певну кризу, що викликає занепокоєність серед представників різних соціально-комунікаційних структур. На думку фахівців, під загрозою знаходиться не лише звичка читати, але і читання як одна з форм соціалізації особистості, її виховання, навчання, набуття чуттєво-емоційного досвіду, сприйняття гуманістичних цінностей [404].

Процеси, що відбуваються у просторі сучасних соціальних комунікацій, зумовлюються формуванням нових умов існування людини, змінюють умови її соціалізації, інтеграції до світу сучасної культури. Людина, починаючи з раннього дитинства, вже знаходиться в оточенні електронних приладів комунікації. Знайомство з ними часто випереджує її знайомство з друкованою книгою. Діти швидко засвоюють мову взаємодії з комп'ютером, технологію переміщення у мережевому просторі й легко сприймають аватарів, що існують в ній.

Інформація є головним предметом комунікаційного обміну, потоки якої майже не контролювані. Інформаційне середовище соціально-комунікаційного простору сучасності є складним для осягнення однією людиною. Постає питання його

структурування, картографування, розробки інструментів семантичної конвергенції та навігації [57]. Тобто, інформація має стати зрозумілою й ефективною складовою комунікаційних процесів, зрозумілим предметом комунікаційних відносин та продуктом з необхідними споживчими властивостями, що відповідають потребам самореалізації людини і суспільства в цілому.

Накопичення інформації, зростання сукупного інформаційно-когнітивного ресурсу соціоінфосфери додає вагомості проблемі інформаційної адекватності сприйняття інформації, управління та контролю за процесом виробництва інформації та її якості. З цього приводу слід нагадати про прийоми роботи з інформацією, що передається різними засобами і мають різну природу. Орієнтація сучасної людини в цьому розмаїтті вимагає від неї необхідної підготовки на різних рівнях організації, подання та розповсюдження інформації в системі соціальних комунікацій. Тому, медіа грамотність стає певним інструментом активного засвоєння нових комунікаційних середовищ як технологічного, так і змістовного, тобто семіосферного, де лінійні тексти традиційних видань стають нелінійними текстами спілкування та комунікації в мережі. В таких умовах зросли маніпулятивні можливості впливу на людину завдяки насиченню комунікаційних каналів інформаційними повідомленнями, що утримують свідомість у певному дискурсі сприйняття реальності. Ці інформаційні впливи формують певну морально-психологічну атмосферу, що за метою власників комунікаційних каналів може призводити як до соціальної та особистісної адаптації, так і до дезадаптації особистості. Особливістю поведінки в такій ситуації стає звичка до діалогу, можливість самостійно обирати різні види діяльності, підтримка плюралізму та гуманістичних цінностей як з боку особистості, так і з боку держави. Загрозливі стани в умовах інтенсивного інформаційного впливу на людину часто несвідомо є причиною страхів, невпевненості, дезорієнтації в соціальному просторі, ускладнень у спілкуванні в багатонаціональних та багатоконфесійних спільнотах. Комунікаційний простір має певну специфіку завдяки психологічним та семіотичним властивостям глобальної мережі як нової культури. Це дає можливість розглядати її як об'єкт медіа психології [454]. Все це потребує певних заходів щодо захисту людини в соціально-комунікаційному просторі.

Міжкультурні зв'язки, міграція населення і трудових ресурсів, функціонування транснаціональних корпорацій зумовили дифузію носіїв рідної мови по всьому світу і створили масову аудиторію з особливими потребами в інформації. Ці особливості пов'язані з тим, що ці аудиторії не мають минулого, пристосовуються до дійсності, відчувають невпевненість у майбутньому. Ця аудиторія вже існує, але ще недостатньо вивчена, і наслідки розкриття станів всередині неї складно передбачити. На нашу думку, це теж додає значних труднощів в спілкування та порозумінні людей.

Сучасна система соціальних комунікацій, зокрема її підсистема – ЗМК, підкорює соціум на глобальному та на регіональному рівнях. Залежність людини від змісту інформації, що транслюється соціально-комунікаційними каналами, зумовлена тим, що базові інформаційно-когнітивні ресурси знаходяться під керівництвом міжнародних бізнесових еліт та владних структур, які використовують інформацію для досягнення своїх цілей. [48]. Це викликає проблему комунікаційних відносин у векторі політичної комунікації, проблему формування політичної орієнтації людей у інформаційному середовищі, що опосередковане дією ЗМІ як представників власників засобів соціальної комунікації.

Функціонування соціуму в умовах комунікаційного простору, відтворення загальнолюдських цінностей як основи подальшого прогресу суспільства, пошук взаєморозуміння між людьми, на думку фахівців, залежить від здібностей людини на базі численних потоків комунікації знаходити ефективне рішення, нове бачення реальності, яке б допомогло їй подолати неоднозначність та двоїтий характер комунікації. Слід додати, що для співіснування людей в мультикультурному комунікаційному просторі важливим є оволодіння навичками декодування комунікаційних значень.

Формування комунікаційних особливостей сучасної людини зумовлено превалуванням загального відносно глобального устрою світу, універсальних цінностей, а також співпричетності до явищ соціокультурного життя. Такий стан людини є наслідком залучення її до співстворення комунікаційного простору. Від людини залежить, чи буде цей простір помічником у реалізації її особистих завдань посилення зв'язків між людьми або стане повністю загрозливим середовищем.

Дослідники описують ситуацію використання новітніх технологій з використанням мови наукового фентазі [274]. Це дозволяє описувати досить реальні речі, які ще не повністю усвідомлені не тільки звичайними людьми, але й тими, хто займається вивченням процесів у комунікаційному просторі сучасності. Варто навести повну цитату: «Например, современные облачные технологии предлагают нам персональное хранилище для всех наших цифровых пожитков и самого нашего профайла. Это своеобразный аналог физического жилища. Облачные лендлорды, или клаудлорды, даже конкурируют между собой, чтобы заманить нас в свои виртуальные кондоминиумы. Соответственно, их конкуренция работает как позитивный стимул: наши цифровые жилища в облаках будут становиться все лучше и лучше. Они будут все менее затратными для входа и – все более затратными для выхода» [274]. Якщо далі поглиблюватися у вивчення факту присутності користувачів у соціальних мережах, ми зустрічаємося з ще більшим аналогом заселення нового середовища незвичними суб'єктами. Фактично, в соціальних мережах людина подається своїми альтернативними особистостями. Присутність реальної людини в мережі зводиться до оператора і керівника поведінки мережевих суб'єктів. Всі суб'єкти мережевого простору отримують свої назви, своє візуальне зображення. Більш того, такі собі «нетлорди» або власники мережі, роблять все, щоб наша віртуальна особистість виходила більш смачною, привабливою, різноманітною і окремою, автономною від нас [274]. Таким чином, ми робимо з себе зовсім іншого суб'єкта, що живе своїм особистим життям. Тобто там з'являється якась нова істота, похідне від нашої особистості. Головним висновком препарування можливих варіантів розвитку виносу функцій особистості за межі «профайлу», що презентується в мережі, автор вважає відхід від позиції протидії новим явищам. На його думку, нове середовище не є більш загрозливим для людини, ніж людина може бути загрозою для нового комунікаційного середовища. З іншого боку, мільйони людей вирішують в новому комунікаційному просторі свої особисті проблеми будь-якого характеру. Є професіонали, які підключаються і перебувають в мережі для пошуку варіантів вирішення виробничих питань та працюють в мережевих сервісах, створюють або підтримують мережеві ресурси. Є також і такі,

що займаються комерційною діяльністю, просуваючи виробничі та інформаційні продукти й послуги. Ці мешканці створюють економічні та фінансові засади функціонування і розвитку. Їх життя у віртуальному просторі наповнено прагматичним сенсом. Крім того, існує особлива група мешканців мережі, що забарвлює медіа простір емоційним сенсом. Вони більш налаштовані на комунікаційні властивості мережі. Але для всіх категорій мешканців нової віртуальної реальності вона стає своєю, знайомою, необхідною, складає частину їх соціального життя. Так само віртуальний простір певним чином налаштовується відповідно до потреб своїх мешканців. Звісно, що це робиться людиною. Індустрія мережі виробляє все нові, більш зручні, більш привабливі можливості перебування у просторі комунікацій та виконання різних соціальних функцій. Виробнича складова мережі, що спочатку була скерована на наповнення її ресурсів певним контентом, доповнилася технологіями взаємодії всіх груп користувачів. І, якщо раніше в просторі комунікацій перебували переважно фахівці – професіонали з різних аспектів комунікаційної діяльності, технічного, документально інформаційного, редакційного, аналітичного та інших спрямувань, сьогодні значний обсяг контенту мережі формується самими користувачами, вільними мешканцями нового комунікаційного простору. Як зазначають дослідники мережевого простору, поява блогів, вікіпедій, закладок, посилань створили умови появи віртуальних соціальних спільнот, в яких відмічається зміна характеру ставлення до інформації, що циркулює в їх межах, знімається питання власності та первинність джерела інформації [393].

Психологи зазначають цілу низку проблем, що виникають при наступному входженні до реальних контактів і стосунків активних користувачів Інтернету з колективом, друзями, у родині, з представниками різних поколінь, але уникнути подальшого зростання медійних середовищ і укріплення позицій віртуальної реальності в нашому житті неможливо. Корисність інформаційних технологій, комунікаційної системи суспільства зростає. Все більше людей включаються в процеси засвоєння нового життєвого простору Інтернету, людство вже звикло до його існування, воно вже залежить від складених туди «речей» і налагоджених там зв'язків [1; 80; 171; 318]. Як ми вже вказували, кордони між комунікаторами в мережі змінилися. Сьогодні будь-яка людина стає виробником комунікаційних

повідомлень. Є такі, що володіють новітніми мережевими комунікаційними технологіями краще, ніж професійні комунікатори. Це, звісно, не означає, що вони дотримуються всіх вимог та етики професії комунікаторів. Вони стають джерелом етичних порушень, явищ забруднення мережі і створюють ситуації небезпеки для інших її мешканців та відвідувачів. На нашу думку, в цих питаннях існує певна межа між тими, хто є мешканцями мережі за своїм власним бажанням, ідентифікує свій життєвий простір з віртуальною реальністю, і тими, хто спостерігає за нею переважно зовні. Поки що відчувається певне непорозуміння відносно позитиву або негативу нового соціального явища, яким є мережа, новий комунікаційний простір суспільства загалом. Питання захисту, обмежень, екології мають стати до уваги перш за все професіональних комунікаційних фахівців, тобто тих, хто знає її природу, можливості, властивості, структуру, технології, особливості функціонування та розвитку.

Присутність людини у віртуальному комунікаційному просторі сучасності зумовлює формування її психологічних властивостей. Складається ситуація виникнення медіа психологічних явищ, що відбивають особливості стосунків і самовиявлення мешканців мережі, взаємин у внутрішньому і зовнішньому контурах соціально-комунікаційної діяльності.

Психологічно-комунікаційні явища породжуються мережовим перетинанням суспільних, групових та особистих інтересів представників різних соціальних груп. До того ж вони є носіями різних культур, що додає особливостей взаємодії, певних проблем взаєморозуміння, ускладнює механізм комунікаційних відносин у мережі.

Дослідники визначають наступні психологічні особливості Інтернет-культури:

- Інтернет поділяє світ на «свій» і «чужий» простір, причому існують об'єктивні передумови для сприйняття світу Інтернету, який характеризується відкритістю, незалежністю суб'єкта і простором для особистісного зростання та нав'язує свої правила, затуляє, «висмоктує життєві соки»;

- простір Інтернету надає можливість для реалізації міфологічної складової образу Я: ідентифікації з культурним героєм Інтернету – хакером, здійснення дії «переміщення», «подолання кордонів», партиципації як результату тотожності

ролей в межах однієї діяльності та співучасті у режимі реального часу;

- Інтернет стимулює формування картини світу, виконуючи відносно всієї сучасної культури функцію периферії, де накопичується інформація про випадковий, новий, ненормативний, що не вписується в жорсткі рамки усталених уявлень;

- семіотичний простір Інтернету, що містить мови двох типів, символічну та іконічну, є середовищем породження нових текстів і нових смислів [127; 454].

Всі ці особливості є наслідком формування нового комунікаційного простору, що містить у собі властивості утворюючих його середовищ.

У новому комунікаційному просторі є всі умови щодо технічної реалізації присутності будь-якої людини в ньому. Присутність у віртуальному комунікаційному просторі є відзнакою певного статусу людини, причетності до сучасного життя, додає відчуття своєї особистісної важливості, дозволяє отримати додаткові можливості особистісної реалізації в сфері суспільних зв'язків. При встановленні зв'язків у мережі людина може бути більш вільною у своїй мережевій поведінці. Таку змогу їй надає практика використання, так званих ніків, нового імені, що вваляє реальне ім'я, вводить до мережевого середовища, робить більш впевненим у своїй поведінці серед мешканців віртуального простору.

Змістовне наповнення мережі формує її семіосферні характеристики. Перш за все, звертає на себе полімовність семіосфери. Зрозуміло, що є певне превалювання, наприклад, англійської мови, російської, але це не є перешкодою для мережевого зв'язку. Цей факт стосується більше національних комунікаційних політик, вирішення питань національного представництва у світовому інформаційному ресурсі тощо. У всесвітньому комунікаційному просторі діалог відбувається над мовними бар'єрами, бо там діють інші закономірності. Вони вже більше залежать від образно-чуттєвої мови мультимодальної комунікації, на що звертають увагу автори робіт [326; 332; 454].

Комунікаційна взаємодія в новому просторі супроводжується розширенням мовних засобів, до яких належать: природні мови, включаючи російську, англійську, жаргон, мова мімічних жестів – смайликів, мова дизайну, що поділяється, у свою чергу, на мову шрифтів, композиції,

кольору і т. д., мова візуальних шаблонів та іконок, мова музично-шумового оформлення тощо [454]. Це потребує від користувачів і мешканців мережі значної міри психологічної напруги, бажання і почуттів, для того, щоб прилаштуватися до будь-якої мови, оволодіти нею. Залежно від суб'єктивних властивостей людини, формуються її мовні пріоритети мережевого спілкування або комунікації. Слід додати, що в цих умовах, полімовність мережі постає як фактор комфортності простору для будь-якого користувача. Більш того, мовні можливості електронного комунікаційного простору, його семіосфери розвиваються. На нашу думку, ця проблема має як технічні способи вирішення за рахунок програмно-технологічних інструментів презентування інформації, так і за рахунок медіа освіти.

Довгий час у комунікаційному середовищі електронної епохи користувалися переважно мовними засобами, воно залишалось майже однорідним. З появою візуальних або іконічних текстів виникає ситуація неповного перекладання текстів на різні мережеві мови, тому виникає потреба мати на увазі таку специфіку нового комунікаційного простору як символічне і візуальне перевантаження, що впливає на людину. Симулятивні комунікаційні практики, техно-художня гібридизація, інтеграція комунікаційних засобів, що використовуються в новому комунікаційному просторі, значно розширюють презентаційний та репрезентаційний досвід сучасної культури. Перекодування контенту мережі за її вимогами певною мірою призводить до того, що створює умови нової ідентичності особистості та соціальних груп.

Ми вже писали про це в попередніх розділах, з'ясовуючи трансформації мовного засобу соціальної комунікації в електронну епоху.

Складним для сприйняття людиною може виявлятися нелінійний устрій віртуального комунікаційного простору, перенасиченість різними сервісами всесвітнього павутиння. Перше затуманює сприйняття інформації, де сучасність переплетена з історичними подіями, майбутнє виглядає як сучасність. Лабіринти часу певним чином дестабілізують психологічний стан людини, оскільки порушують звичні процеси відтворення реальності в традиційних комунікаційних каналах, що пов'язані з соціальним часом [22; 454].

В Інтернет-середовищі людина може відчувати себе і спостерігачем, і учасником подій, причому виконувати ці ролі не послідовно, а одночасно. Початок цьому було покладено ще комп'ютерними іграми і симуляторами, які покінчили з поділом людей на «виграли» і «програли», вчителів та учнів, гравців і вболівальників. Користувацькі форуми в Інтернеті об'єднали читача і професійного письменника, творця і споживача. Он-лайн режим функціонування Інтернету надає можливість людям спостерігати події в реальному масштабі часу, фактично бути учасником подій.

Також треба мати на увазі, що простір Інтернету як частина комунікаційного простору сучасності, демонструє його головні риси, до яких, зокрема, належить мінливість контенту, короткочасність його презентації в мережі, фрагментарність подання повідомлень, дублювання повідомлень тощо. Інформація, що формується суспільними інститутами, організована у відповідні форми (офіційні сайти, бази даних), проходить певну редакторську та іншу перевірку, відповідає очікуванням певної групи її споживачів. Стихійна інформація, що генерується і вводиться до Інтернет простору, часто презентується з порушенням норм подання інформації, етичних, мовних та інших. Вона часто є джерелом і провідником міфічної, випадкової, неправдивої інформації, що зумовлюється індивідуально-суб'єктивним характером її джерела. Зміст таких повідомлень часто є реакцією людей на події у світі, події в їх особистому житті, новини, анекдоти, враження про пережите тощо. Особливо це стосується контенту соцмереж всесвітнього павутиння. Цей глобальний контент є досить цікавим і важливим об'єктом для спостережень і вивчення. В цілому він демонструє наявність нової кумулятивної сфери соціальних комунікацій, де створюються свої структурні ланцюги і об'єднання змісту повідомлень. Їх слід вважати показником характеристик, так званої, «периферії Інтернету».

Поки ще не можна остаточно говорити про мережеву локалізацію, важливість одного ресурсу у порівнянні з іншим, тому що цей простір надзвичайно швидко розвивається в усіх його складових, набуває глобального масштабу. Поступово до нього залучаються представники все більшої кількості країн, представники різних верст населення, вікової приналежності. Знову ж звертаємося до головної особливості комунікаційного простору життя сучасної людини: якщо технічні тенденції її

розвитку ми ще можемо передбачити наперед на декілька років, то її змістовне зростання та вплив на стан її мешканців та відвідувачів передбачити практично неможливо. Простір комунікацій породжує раніше не відомі ланцюги зв'язків, що самоорганізуються в мережі й виходять за її межі, захоплюють своїм впливом стан комунікаційних зв'язків між людьми, що не є її мешканцями.

Отже, ми маємо багато свідчень про існування багатомірного соціального простору і фундаментальних зрушень у бутті сучасної людини. Можна казати про те, що цей простір базується на глобальній комунікаційній системі. Ця система певним чином ще зберігає ознаки попередніх етапів становлення її підсистем: мовної, образної, документальної, інформаційної, але демонструє певні тенденції до універсалізації комунікаційних засобів та технологій. Вона здійснює великий вплив на формування нових стосунків, що презентуються мешканцями віртуального простору і складають підґрунтя відтворення якісно нових суспільних стосунків у реальному просторі суспільного життя людей.

Дослідження поведінки людей у віртуальному просторі дозволило виявити особливості емоційної та комунікативної сфер, властивих людям, схильним до перетворення Інтернет-середовища в простір відкритого спілкування, пошуку і самовираження, в свій простір. Дослідження проводилося на вибірці з 67 чоловік, 40 з яких становили «мешканці Інтернету», а 27 склали контрольну групу. Випробовувані в обох групах належали до однієї вікової та соціальної групи – студенти московських ВНЗ [454]. Дослідники, за їх свідченням, використовували проективні методики, які мінімально провокували роботу захисних механізмів і не викликали протесту з боку випробовуваних інтернетників. Матеріали дослідження показали, що практично всі випробовувані інтернетники демонструють проблеми в сфері спілкування та свого Я (96%); у контрольній групі досліджуваних з явними проблемами виявилось значно менше (14,8%). Найбільш яскраво проявилися складності в прийнятті свого фізичного Я – 55% у групі Інтернет-мешканців і 11% – в контрольній групі; складності в безпосередньому спілкуванні – 35% і 7,4% відповідно; схильність до інтелектуалізації – 30% і 18%; почуття самотності та недостатність взаєморозуміння, можливо

пов'язане з труднощами в спілкуванні з протилежною статтю, – 32,5% та 18% [там же].

Результати вивчення емоційної сфери в цьому дослідженні також вказують на напруженість та деяку схильність до негативізму у «мешканців Інтернету». 85% мають хоча б одну фрустровану потребу і 35% мають не менше двох невдоволених потреб, при цьому лише 25% випробовуваних цієї групи не використовують неконструктивні компенсації. Однаковості в сьгоднішніх проблемах не спостерігається, але компенсація тривоги бунтарством і відмовою від загальноприйнятих норм характерно для 55% всіх випробовуваних інтернетників [454]. Вдалося встановити, що незалежність для цих випробовуваних виступає як особлива цінність, і 40% з них вважають, що їх високі бали за цією шкалою компенсують недолік товариськості або «цікавинки», а 12,5% сприймають свою незалежність як надмірну. Більшість людей мають недиференційовані та завишені вимоги до себе та оточуючих. Вдалося встановити і досить інфантильний характер поведінки мешканців мережі [там же]. Отримані при дослідженні дані дали змогу фахівцям дійти висновку про те, що в групі «мешканців Інтернету» переважають люди з нереалістичними і недиференційованими вимогами до себе (і, мабуть, до інших), що дискримінують власну тілесність, відчувають деяку дистанцію між собою та іншими і намагаються компенсувати відсутність почуття близькості та взаєморозуміння перебільшеними уявленнями про власну незалежність, а також відмовою від слідування загальноприйнятим нормам. Всі їх зусилля не призводять, однак, до задовільного вирішення проблем, пов'язаних з власним Я, і емоційна напруженість залишається досить високою [454]. Між тим, фахівці відзначають важливість виявлення і вивчення загрозливого впливу віртуального середовища на психіку людини [200; 246].

За нашим переконанням, якими б незрозумілими або загрозливими умови віртуального середовища не поставали перед нами, ми маємо враховувати його наявність у життєвому просторі сучасної цивілізації, розвиток можливостей щодо вирішення багатьох питань розвитку самої людської цивілізації. Фахівці повинні консолідувати свої зусилля задля вивчення нових середовищ медіа простору, узгоджувати свої характеристики, оцінки, рекомендації на світовому рівні, вести

широку пояснювальну роботу, зокрема, і тій же мережі, надавати он-лайн консультації й демонструвати спільність у вирішенні питань поведінки в нових умовах віртуального простору, виконання вимог, правил та норм мережевої етики і безпеки. Як не парадоксально, але під цим кутом зору вже і сама мережа потребує екологічного захисту. Екологія мережевого простору стає предметом серйозних наукових дискусій та досліджень [392]. Представники технічної сфери соціальних комунікацій зайняті стартапами. Гуманітарії побоюються падіння гуманістичних цінностей як наслідку анонімності та вседозволеності у мережі. Політичне використання мережевого ресурсу (Див. Р. 4. п. 4. 1.) призводить до зростання роздратування, накопичення вибухонебезпечного потенціалу в суспільстві. Фахівці свідчать, що враження про моральну неблагонадійність поширюється не на конкретний контент, а на Інтернет в цілому [274]. Це створює підґрунтя соціально-політичних спекуляцій з мережею, необґрунтованих заборон, цензури й атак на інформаційні ресурси. Питання цензурних обмежень, фільтрації інформації в соціально-комунікаційних каналах поки що не знаходяться у центрі спеціальних досліджень в Україні.

Необґрунтовані дії політиків призводять до активізації додаткових негативних настроїв у суспільстві, ініціюють нові стресові ситуації. Цим самим завдається велика шкода соціалізації й реальному вирішенню актуальних питань розвитку людства в новій історії. Новий медіа простір не може бути узурпований будь-якою політичною групою. Він має такі властивості самовідтворення, що не були відомі раніше. Його руйнування, навряд чи може нагадувати руйнування матеріальних об'єктів. За нашим переконанням, нове соціальне середовище несе в собі великий потенціал демократизації суспільних взаємин, має значну консолідуєчу силу.

Фахівці наголошують на необхідності використовувати надбання нових інформаційно-комунікаційних технологій задля вирішення багатьох питань віртуалізації, створення умов безпеки існування людини в просторі комунікацій, а не лише порушувати питання захисту від неї [22; 200; 274; 495]. До того ж технологічно, а також за допомогою спеціальних алгоритмів програм мережевої експертизи даних можуть бути вирішеними і питання фільтрації інформації, її мережевої консолідації.

Вивчення загрозових проявів впливу нової реальності на людей дозволили Р. Курцвейлу виявити факт експоненціального прискорення історичного часу і показати, до яких помилок призводить «лінійне» розуміння майбутнього і навіть вже сьогодні [495]. У свою чергу, «експоненційне» сприйняття історичного часу надзвичайно важко для усвідомлення, на що звертає увагу український дослідник Бакіров В. [22]. Зміна темпоральних парадигм відбувається прямо зараз.

Проблема опанування великого обсягу інформації в Інтернеті залишається актуальною з будь-яких точок зору на соціально-комунікаційну діяльність: технологічної, функціональної, організаційної, семіотичної, управлінчої і т. д., більшість з них вирішується за рахунок відповідних стратегій і тактик, що сформувалися у системі соціально-комунікаційної діяльності (Див. Р. 1. п. 1. 1., п.1. 2.). Але виникли також і проблеми, що пов'язані зі споживанням інформації та знань. Поки що інформація в мережі не є досить упорядкованою, хоча, з технічного боку доступу вона є досить вирішеною. Проблема визначається якістю інформації, що циркулює в каналах соціальної комунікації, зокрема в електронних мережах, тому, як вважають фахівці, природним чином виникають три види фільтрів, які підтримують нашу Інтернет-гігієну на досить високому рівні [274]: фільтр перший – це закладки нашого браузера та відбір друзів, що перевірені досвідом особистої взаємодії. Попри всі недоліки цього фільтру, він дозволяє значно знизити ентропію, зменшити видачу інформації й підвищити релевантність інформації, що надається в процесі звернення до мережеских ресурсів; другий фільтр – це вірусний редактор контенту, що дозволяє відбирати релевантну інформацію для зв'язаних кореспондентів. Він діє як соціальний фільтр в масштабах певних мережеских спільнот. Як зауважує А. Мирошниченко, такий фільтр створює соціальну гравітацію в масштабі мережевої спільноти або всього суспільства; фільтр третій – машинний, який представляє автоматизовану інтелектуально-технологічну версію попереднього. Він діє як алгоритм-робот у мережі, спостерігаючи й аналізуючи звернення користувачів до мережі (Facebook, Google). Робот істотно звужує поле видачі, виходячи з наших персональних переваг, виказаних раніше.

Окремою проблемою мережевої екології є проблема брехні і маніпулювання. Рациональним міркуванням ця

проблема легко знімається. До мережі в умовах розшарованих і розгалужених каналів соціальних комунікацій, обмежених засобів розповсюдження інформації, комунікаційний простір був більш зручним для поширення неправди та здійснення маніпуляцій. У сучасних умовах перехресного відображення інформації, значної кількості генераторів повідомлень в електронному комунікаційному просторі, маніпуляції ускладнюються, оскільки існує також багато можливостей перепереверки змісту і фактів.

Радикально змінилася можливість набуття досвіду, оскільки вона пов'язана не лише з діяльністю людини в реальному житті, конкретний досвід індивіда в просторово-часовому контексті буття здійснюється паралельно з опосередкованим, віртуальним досвідом.

Принципова соціокультурна значущість цивілізаційних трансформацій на базі нових інформаційних технологій виникає з того, що ці трансформації змінюють не лише соціальну структуру суспільства, а й менталітет людей. Це новий істотний фактор, який, як можна припустити, якісно змінить в недалекому майбутньому соціальну структуру суспільства, його базові цінності й моральні норми. За словами А. Барда і Я. Зодерквіста, сьогодні формується нова правляча еліта, яку вони називають нетократами [26]. Сила і вплив нетократів ґрунтується на умінні «створювати зв'язки», контролювати інформаційну мережу, управляти новими формами комунікацій. Нові комунікаційні форми створюють якісно інше соціокультурне середовище, яке висуває нові вимоги до людини. Головне в новій ситуації – бути частиною мережевого суспільства, мати доступ до інформації, вміти розкодувати цю інформацію найбільш адекватним чином і, що не менш важливо, брати участь у виробництві інформації.

Одним з ефектів глобалізації комунікації є те, що створюється можливість набуття досвіду, не пов'язаного з подіями в особистому житті конкретного індивіда та його діяльністю. Збільшується опосередкований досвід, отже, розширюються нормативні і ментальні контексти сприйняття повідомлення та інформації, а також горизонти розуміння. При цьому часто має місце не лише прийняття або відторгнення «чужих цінностей», а змішування смислів, що дезорієнтує особистість. Разом з тим має місце розширення горизонту особистості і культурних форм спілкування різних народів,

чому сприяє процес конвергенції, що характеризує напрямок розвитку комунікаційних технологій. В інтерпретації, за свідченням автора роботи [332], конвергенція передбачає те, що індустрія культури, Інтернет, телекомунікаційні мережі, оскільки вони все цифровані, мають в майбутньому ще більшою мірою форму безшовних, глобально інтегрованих мереж інтерактивних, мультимедійних комунікаційних технологій.

Проблема сучасних інформаційних і комунікаційних технологій – це проблема, насамперед, не стільки самих технологій як таких, скільки людини, її свідомості й знання, нових форм раціональності, оскільки цивілізація переживає такий момент історії, коли загальна структура людського буття знаходиться в прямій залежності від знань, які стають засобами самореалізації.

Відбуваються істотні зміни в нашому сприйнятті світу під впливом повідомлень, які передаються за допомогою глобальних засобів комунікації. Знання, що містяться у повідомленнях, є об'єктом боротьби, а, отже, і боротьби за контроль за самими засобами. Недарма М. Маклюен говорив: «Засіб повідомлення є повідомлення». Причому ця боротьба не тотожна інформаційній війні. Володіння інформацією і контроль за інформаційними потоками та засобами комунікацій є, мабуть, умовою ведення інформаційної війни. Дослідники інформаційних воєн підкреслюють, що метою інформаційних воєн є вплив на систему цінностей і знання супротивника, сприяння поширенню вигідної інформації задля досягнення свої цілей.

У новій ситуації особливого значення набуває ідея коеволюційного розвитку засобів соціальної взаємодії й суспільної підсистеми суспільства. Науково-теоретичні засади формування та розвитку цих ідей аналізувала українська дослідниця соціальних комунікацій Г. В. Шемаєва [461]. Додамо, що ця ідея як незворотність історичного розвитку комунікаційних засобів, розвивалася у роботах М. Маклюена [262]. Незважаючи на всі негативні оцінки технологічного прориву в комунікаційних технологіях, він, на нашу думку, мав певну надію на те, що прогрес у комунікаційній сфері буде позитивно впливати на суспільні відносини за наявності бажання зрозуміти суть конфлікту суспільства і технологій.

Таким чином, підсумовуючи розгляд змін у середовищному оточенні людини, будемо мати на увазі

положення про те, що в соціально-комунікаційному просторі існує велика кількість комунікаційних середовищ, що утворюють його системну організацію. Для того, щоб вирішити питання свого існування в нових комунікаційних умовах, людині, суспільству в цілому необхідно адаптуватися до них. Більш того, ми можемо стверджувати, що сучасна людина в повному обсязі виконуватиме свої біосоціальні функції лише за умов свідомої, цілеспрямованої, підготованої адаптації до нової соціально-комунікаційної реальності.

У цьому напрямі актуальним питанням є розробка такого напрямку соціокультурної діяльності та соціального управління як медіа освіта та медіа культура. При цьому ми повністю згодні з В. О. Ільганасвою у тому, що ці напрями слід розглядати не лише як реалізацію завдань оволодіння навичками та вмінням використовувати сучасні комунікаційні технології, а і знаннями про новий суспільний стан, тенденції його функціонування та розвитку, вміння аналізувати інформаційний контент та обирати моделі поведінки у відповідності до типових ситуацій морально-етичного вирішення та чуттєво-емоційних станів, що відповідають гармонійному співіснуванню представників різних культур та порозумінню суб'єктів соціальної діяльності [173]. Таким чином, до змісту медіа освіти слід відносити знання про оточуючий життєвий простір та його структуру; про стан, параметри, методи оцінки та управління; напрями та тенденції розвитку.

Отже, формування соціально-комунікаційної реальності як умов існування сучасної цивілізації вимагає певних механізмів адаптації людини до неї. Життя у комунікаційному просторі потребує регуляторних втручань соціуму. На нашу думку, такі регуляторні дії мають передбачати як підтримку та розвиток позитивних рис нової реальності, використання її інструментальної та ергономічної складових задля покращення суспільної діяльності в будь-яких її проявах, а також зменшення негативних впливів, що виникають в процесі становлення нової реальності, протиріч між звичними та новими комунікаційними явищами, регламентацію поведінки учасників комунікаційної взаємодії.

Адаптаційна проблематика завжди є актуальною в періоди змін соціокультурного оточення людини. Адаптаційний механізм властивий будь-якій системі та її елементам. Питання адаптації виникають в умовах становлення комунікаційного

суспільства. Фахівці розрізняють біологічну, психічну, психофізіологічну, соціально-психологічну адаптацію до умов зовнішнього середовища [184].

Біологічна адаптація зумовлена природно-соціальною сутністю людини, де пристосування до природних умов доповнюється психічними та психологічними реакціями людини. Соціально-психологічна адаптація передбачає пристосування до штучних середовищ, що виникають в процесі суспільної діяльності, та пристосування до норм, умов, принципів, етики, що прийняті в суспільства [365, с. 13]. Відповідно до цього розрізняють такі складові соціально-психологічного адаптаційного процесу: адекватне сприйняття дійсності та особистої поведінки в суспільстві; адекватна система відносин та спілкування з оточуючим середовищем; зміна поведінки у відповідності до очікувань інших людей [там же]. Оскільки адаптація є постійним процесом в життєдіяльності людини, тому розрізняють загальну та ситуативну адаптацію в залежності від масштабів та локалізації змін в соціокультурному просторі суспільства. Якщо казати про формування соціально-комунікаційного простору як нових умов, то у загальному вигляді виникає проблема адаптації суспільства до нових умов функціонування, здійснення суспільних зв'язків, організації, управління, що зумовлені автоматизацією сфери соціальної взаємодії. Крім того, виникає питання ситуаційної адаптації, що пов'язана з техносферою комунікаційного простору, сферою інформаційних ресурсів, сім'юсферою, системою соціально-комунікаційних каналів. У психологічному, особливо в чуттєво-емоційному плані, виникає потреба в адаптації до незвичних умов спілкування та комунікаційних впливів на людину.

Регуляторний механізм має містити узгодження між комунікаційними відносинами: 1) в системі «суспільство – соціальна діяльність», тобто передбачити нові нормативно-правові акти стосовно виробничої діяльності, де головним ресурсом і предметом праці є інформація; 2) в системі «особистість – соціальна діяльність», що передбачає норми відповідальності людини, зокрема професіональних комунікаторів, за зміст комунікаційних повідомлень та їх цивілізаційно-гуманістичне наповнення; 3) в системі «суспільство – освіта», що стосується дотримання вимог переформатування інтелектуально-гуманістичного змісту освіти у відповідності до глобалізаційних процесів та превалювання

загальнолюдських цінностей; 4) в системі «глобальність – регіональність – локальність» як умова досягнення інформаційно-комунікаційної рівноваги в суспільстві; 5) в системі «соціальна організація – інформатизація» щодо створення умов безперешкодного доступу, ефективного використання інформаційно-когнітивних ресурсів задля вдосконалення якості суспільної діяльності.

Наступним адаптаційним напрямом слід вважати розробку та громадський контроль змісту концепцій та науково-дослідницьких програм розвитку соціально-комунікаційної сфери. Найважливішим моментом, на нашу думку, є контрольований вплив на процеси інституалізації соціально-комунікаційної сфери з урахуванням процесів, що відбуваються в професійній науці, освіті, ринку праці соціально-комунікаційних фахівців, правовому забезпеченні функціонування соціально-комунікаційних структур.

До напрямку адаптації також можна віднести підтримку систем інформаційної безпеки країни. Особливого значення цей напрям отримує в умовах поширення використання можливостей єдиного комунікаційного простору як сфери інформаційних війн, інформаційної агресії та впливів на стан соціокультурних відносин між країнами і між частинами однієї країни або різними групами населення. Важливою складовою цього напрямку є інформаційна безпека особистості [382].

Проблема адаптації людини до нової соціально-комунікаційної реальності є новою та перспективною сферою наукових досліджень в соціально-комунікаційній теорії. У реалізації адаптаційного механізму до нової соціокультурної реальності знаходиться потенціал саморозвитку суспільства як гармонійного поєднання суб'єктів соціальної дії. Подальша розробка соціально-комунікаційного змісту соціальної взаємодії стає важливим фактором оволодіння нової реальністю, створення безпечних та комфортних комунікаційних середовищ життєдіяльності людини на будь-якому рівні суспільної організації.

Розробка адаптаційних питань в теорії соціальних комунікацій може скласти в найближчому майбутньому певні засади комунікаційного соціального інжинірингу, конструювання та експертизи медіа-програм, виробництва медіа-продуктів та послуг. Якщо враховувати необхідність

інформаційної безпеки особистості, тоді все це має не лише теоретичне, але і важливе практичне значення.

5.3. Тенденції трансформацій соціально-комунікаційної діяльності та формування комунікативної компетентності в суспільстві

Становлення культури комунікаційного суспільства, пристосування до нової культурної поведінки, вимагає від людини надбання культурних зразків нового часу, нових умов життєдіяльності суспільства. Це стосується не лише користування можливостями соціально-комунікаційних середовищ, але і певних інтелектуальних зусиль їх засвоєння. Наразі постають питання оволодіння механічними навичками користування технічними засобами електронних комунікацій, а також необхідності усвідомлення всієї відповідальності за свою поведінку у комунікаційному просторі. Це посилюється тим фактом, що комунікаційний простір сучасності став загально доступним, контактено насиченим, культурним і безмежним у соціальному просторі та часі. Виключення людини з будь-якої складової комунікаційного простору призводить до викривлення її поведінки, ускладнень буття в потоці сучасної культури.

Як було з'ясовано у попередніх розділах, явища сучасної культури як Інтернет і мультимедіа визначають динамічні тенденції трансформації механізмів трансляції культурних цінностей та особливості середовищ медіа простору. Інформатизація комунікаційної діяльності стосується всіх учасників соціально-комунікаційної діяльності та процесу медіатизації комунікаційного простору. Такі умови вплинули на переформатування структури соціальної свідомості, на формування нового мультимодального сенсорного досвіду людей і загалом на суб'єктів комунікаційної дії. Дослідники виказують думки щодо появи нового сенсорного типу людини [422]. Вважається важливим фактом поява нових комунікаційних явищ, зокрема цифрової медіа мови. Трушина Н. В. підкреслює, що нові динамічні гетерогенні засоби організації ідей, досвіду, знань та емоцій людини передбачають включення розвинених інтермедіальних механізмів, які відмовляють будь-якій знаковій системі у праві на домінування [там же]. Тому можна вважати, що вимоги до оволодіння комунікаційною культурою сучасного суспільства вже сьогодні й на близьку перспективу виглядають значно серйозніше, ніж

здавалося ще на етапі вирішення питань інформаційної грамотності та культури [38; 46; 123; 248; 392]. Але заради об'єктивності, слід додати, що часом роздуми щодо інформаційної культури виходили за межі комп'ютерної грамотності, новинок пошуку інформації, орієнтації в інформаційному просторі. Автори завжди надавали значної важливості питанням взаємовпливу засобів відтворення всесвіту та відображення їх у мові й мисленні, передбаченні еволюційної єдності процесу становлення культури, спілкування та комунікацій [73; 140; 165; 175; 340; 343; 388; 417; 424]. Акцент формування інформаційної культури передбачає увагу до внутрішньої структури сприйняття оточуючої дійсності, критеріїв корегування індивідуального інформаційного простору особистості в умовах агресивної інформатизації, синергії соціально-інформаційних процесів, різноманіття та інтенсивності впливів соціально-комунікаційної системи суспільства [174, с. 28].

Становлення комунікаційного суспільства на засадах мультимедіа ставить нові вимоги до медіа культури. Комунікаційна проблематика значно поповнила уявлення про зміст, характер та навички медіа навчання, про медіа культуру в цілому. Нові підходи запрограмовані стрімким прогресом у світі комунікацій та соціально-комунікаційній підсистемі суспільства. З'ясовано, що в процесі комунікації суб'єкти вивчають правила і способи досягнення взаєморозуміння. Комунікація розгортається в реальній соціальній практиці, при цьому суб'єкти спираються як на неявний образ світу, що слугує горизонтом сприйняття, так і на актуальні процеси сприйняття. Задля досягнення взаєморозуміння суб'єкти звертаються до засобів мови, що сприяє досягненню згоди [249]. Досягнення порозуміння є свідченням долання когнітивного дисонансу, який виникає або може виникати у процесі комунікаційної взаємодії комунікаторів [169]. Але не завжди властивості комунікаційного простору електронної доби відповідають вимогам ефективної комунікації, під якою слід розуміти зміну поведінки комунікаторів у відповідності до цілей комунікаційної взаємодії або досягнення певного консенсусу відносно об'єкту комунікаційної дії. Крім того, електронний комунікаційний простір наповнюється новими виразними формами знаково-вербальної комунікації (символи мережевої комунікації, інформаційно-пошукової мови) та мовою візуальних

контактів. Здатність до комунікації стає необхідною умовою пристосування людини до існування в сучасному соціокультурному просторі, на що ми вже звертали увагу у Розділі 5 п. 5. 2. Загальну ситуацію, що характеризує вимоги до людини в новій реальності, Ю. Хабермас називає «комунікативною компетенцією» [249]. Оволодіння комунікативною компетенцією, попри суто індивідуальні підвалини навчання, вимагає пошуку загальної освітньої бази, враховуючи універсальний характер комунікації.

На це налаштовує також і той факт, що комунікаційний простір сучасності створює умови для включення маси людей до комунікаційної дії, ставить на позиції генератора інформації авторів комунікаційних повідомлень, вирівнює їх позиції творців культури [454]. Тут спрацьовують усі механізми суспільної взаємодії, що відтворюють загальний комунікаційний досвід попередніх етапів становлення соціально-комунікаційної сфери суспільства, формуються нові навички взаємодії в медіа просторі, розуміння контенту, що презентується в медійних каналах представниками різних культур, уміння критичного ставлення до медіа повідомлень у будь-якому вигляді та їх аналізу, генерування та подання інформації в каналах комунікацій за допомогою відповідної техніки та технологій. Звідси виходить, що загальнокомунікаційну модель комунікаційного процесу необхідно включати до когнітивної сфери поведінки всіх учасників соціальної взаємодії. На нашу думку, це є необхідною умовою щодо створення певного теоретичного та практичного підґрунтя для комунікаційної освіти професійних комунікаторів та соціально-культурного просвітництва широких верств населення.

Мультимодальний характер комунікаційної взаємодії сучасного комунікаційного простору потребує особливої уваги щодо використання всіх комунікаційних засобів, оскільки ми маємо враховувати дію закономірності співіснування, взаємодоповнення, інтеграцію комунікаційних засобів. Встановлено, що цифрова природа електронної комунікації зберігає принципи схеми мовної комунікації. Загалом, за свідченнями науковців, мережевий простір залишається простором мови. Дослідники поєднуються у думці про те, що Інтернет за своєю природою є письмовою культурою, яка орієнтована на здатність людини обирати стратегію своєї поведінки [454].

Такі явища сучасної культури як Інтернет і мультимедіа, визначають прогресуючі зрушення в механізмі трансляції культурних цінностей у сучасному суспільстві. Основою Інтернету, як відомо, є інформаційно-комунікаційні технології, що забезпечують уніфіковані процеси комунікації в мережі, стандарти генерування, подання, зберігання, передачі інформації, наявність програмно-технологічних комплексів та засобів зв'язку щодо здійснення комунікаційного процесу в мережі. Значний обсяг необхідних теоретичних, практичних, методичних, управлінчих, стратегічних, техніко-технологічних знань накопичено в галузі інформатики та соціальної інформатики. Це є необхідним підґрунтям для пошуку узагальнень, що необхідні для підвищення комунікаційної свідомості в суспільстві. Механізми включення цього знання до систем медіа освіти складають спеціальній напрям поточних та перспективних досліджень в соціально-комунікаційній сфері.

Зазначимо, що зараз у нашій країні Інтернет і суспільство перебувають на етапі широкого впровадження електронних технологій в соціокультурний простір. Для національних соціально-комунікаційних структур це означає, по-перше, формування нового типу споживача інформації, а, по-друге, появу нових вимог до інформації, що надається. Загальна ситуація подальшого розвитку соціально-комунікаційної діяльності в Україні характеризується стратегічним напрямом створення необхідних умов реалізації техніко-технологічних програм формування електронного уряду, електронної освіти, електронної демократії, електронних соціальних, інформаційно-комунікаційних засобів.

Потреби користувачів в сфері комунікаційної діяльності, перш за все, стимулюються новинками технологій. Крім того, вони формуються під впливом соціально-психологічних факторів, таких як: бажання опанувати технічні новачі, бути на хвилі моди, відповідати вимогам оточення або статусу. Вплив на бажання людей бути на хвилі технологічних перетворень у комунікаційній сфері суспільства підкріплюється необхідністю доступу та оперативного отримання інформації в будь-якому її вигляді, а також постійно бути на зв'язку зі своїм оточенням (дружнім, професійним, родинним). Комунікаційні суб'єкти набувають нових характеристик. Їх роль у комунікаційному процесі змінюється, але зберігається важливість виконання інституційних функцій представників професійних сфер

соціально-комунікаційної діяльності. Крім того, з боку широкого кола людей, що залучаються до презентації своєї інформації в медіа просторі, виникає необхідність дотримання певних правил комунікативної поведінки.

Користувач комунікаційних продуктів та послуг – це одержувач комунікаційного повідомлення, індивідуального, групового або масового призначення. Одержувачем може бути одна особа, група осіб, суспільство в цілому або будь-яка його частина. Зазвичай ці групи характеризуються дуже великим розмаїттям інформаційно-комунікаційних потреб, які можуть бути зведені до масштабу масової аудиторії лише відносно певного обсягу соціальної інформації, що має загальне соціокультурне значення, несе у собі ціннісний потенціал суспільства, культури, політики, освіти, науки та ін. Масова аудиторія також може поділятися за різними соціальними ознаками: стать, вік, освіта, галузь виробництва, хобі тощо.

Характеристики одержувача є одним з найважливіших факторів, що впливають на результативність (ефект) комунікації. Результативність комунікації досягається за рахунок якості джерела інформації, комунікаційного посередника, характеру повідомлення, часу й умов його передачі, способу кодування. До процесу побудови взаємин з аудиторією належить елемент сприйняття комунікантом і його здатність до декодування повідомлення, що він отримує. Тобто, тут ми зустрічаємося з проблемою функціонування сучасного комунікаційного простору – інтерпретацією повідомлень. Як показують попередні матеріали, інтерпретація стає досить складним елементом комунікації в мультимодальному комунікаційному середовищі. Звідси вимоги до аудиторії з погляду готовності до комунікаційної взаємодії значно зростають і вже не можуть бути обмеженими лише властивостями національно-культурного, локального комунікаційного простору.

В комунікативних відносинах у масштабі всього медіа простору відбувається одночасна участь усіх користувачів. Очікування у будь-якій комунікаційній ситуації не терплять відкладеної відповіді. Зворотний зв'язок є тим елементом сучасного комунікаційного процесу, що реалізований у такому масштабі медійного простору сучасності, який дорівнюється всесвітньому простору. Економічний сенс комунікаційного процесу мало кого турбує. На думку В. Межуєва, очевидними є

два факти, що визначають ставлення сучасної аудиторії до мережі: сучасна аудиторія не бажає платити за інформацію; для сучасної аудиторії найважливіше – оперативність. Тому до характеристик користувачької аудиторії віртуального простору, на нашу думку, слід додати економічні показники перебування, підключення та споживання комунікаційних продуктів та послуг.

Отже, однією з тенденцій в сфері комунікаційної діяльності є формування цільової споживчої аудиторії. Підтвердження цієї тези є той факт, що виробництво комунікаційного продукту для вузької аудиторії з урахуванням її інтересів та вимог стає загальною практикою, свідченням чого є спеціальні дослідження [428]. Взаємини у мережі порівнюють з сервісним виробництвом, оскільки воно передбачає задоволення конкретного споживача мережевим продуктом індивідуального попиту, а також виготовлення масової мережевої продукції. Підкреслимо, що в цьому виробництві використовуються ті ж самі ринкові механізми, що і у реальній економіці. Спрацьовують рекламні, маркетингові заходи з різноманітними професійними прийомами, зокрема, коли інформацію представляє експерт: медик розповідає про медицину, мисливець – про полювання. Тобто, ми зустрічаємося з ситуацією, коли підвищуються вимоги до професійної компетенції комунікатора (журналіста, медіа-фахівця), а не до його професійної мови та моделей поведінки.

Використання сучасних технологій в ЗМІ України, особливо в регіонах, значно відстає від інформаційно-розвинутих країн, але поступово технологічне відставання долається. Інструментом засвоєння конкурентного комунікаційного середовища можна вважати редакційний маркетинг та комунікаційний менеджмент [428]. Боротьба за аудиторію входить до тактики та стратегії її самостійного формування та відтворення. Важливою тенденцією в сфері комунікаційної діяльності є зміни в ситуаціях споживання комунікаційного продукту в суспільстві. До цього можна віднести показники використання традиційних та електронних ЗМІ. Яскравою ілюстрацією такої ситуації є дослідження, що було проведено у Швеції, яке наводить В. Тулупов у своїй праці [428]. Отже, згідно зі статтею: майже 70 % населення цієї країни у віці від 15 до 79 років читають газети щодня, при цьому майже 90 % шведів підключені до Інтернету (121 з 170 друкованих

видань мають свої портали/сайти). Близько 80 % відсотків шведів володіють смартфонами. Крім того, вже навесні 2013 року 20 % населення Швеції мали планшети (але прогноз про те, що буде швидко зростати передплата на версію газети для планшетів, поки ще не виправдався). 36 % населення Швеції користуються соціальними мережами щодня (86 % – молодь), і найпопулярніший ресурс – Facebook (4,5 мільйонів акаунтів). 18 % жителів Швеції мають свої блоги, ну і, звичайно ж, журналісти багатьох видань ведуть власні блоги. Слід додати, що для Швеції характерна також ситуація з друкованими періодичними виданнями. Тут спостерігається зменшення інтересу до друкованої преси і найбільше – у віковій групі від 25 до 44 років (середній вік читачів регіональних газет тепер становить 70-75 років). Внаслідок цього падають тиражі. Основними конкурентами друкованих ЗМІ є не лише електронні версії ЗМІ, а більш за все Інтернет і соціальні мережі. Подано також цікаві відомості про зміни у процесі споживання інформації. Встановлено, що 50 % шведських дітей входять в Інтернет з планшетів. Симптоматичним в цій ситуації є те, що 20 % з них – дворічні діти. Поширення серед населення Швеції смартфонів призвело до змін редакційної політики багатьох ЗМІ, які почали створювати мобільні сайти, особливо для тих користувачів, які не мають іншої можливості до входу в Інтернет [428].

Процес отримання і споживання комунікаційного продукту відбувається практично одночасно з подією, яка є об'єктом комунікаційної дії. Вже зараз фактично співпадає подача інформації з комунікаційною подією онлайн; мультимедійно і мультиформатно; з можливістю перегляду, корегування інформації, що передається. Вона не має фіксованих сценаріїв, споживається безперервно, скрізь (в машині, на вуличній лавці тощо) і відразу з різних джерел (особливо у спорті). Комунікаційна подія не має обмежень в соціальному часі та просторі, не прив'язана до конкретного фізичного місця перебування комунікаторів, на неї не впливає дія обмежень перетинання кордонів. Можемо додати ще й соціально-психологічні новації у здійсненні комунікаційної взаємодії, що пов'язана з відсутністю статусних обмежень комунікаторів. Особливо це проявляється в комунікаційних моделях, що використовують соцмережі та блогосфери. До тенденцій, що спостерігаються в сфері соціально-комунікаційної

діяльності, слід віднести тенденцію конвертації документально-комунікаційного виробництва на мультимедійних платформах. Поряд з традиційною книжково-документальною продукцією з'явилися нові пропозиції медіа продукту. Серед онлайн-ЗМІ з'явилися онлайнні версії традиційних ЗМІ (візитка, калька, частина інформаційного циклу), самостійні онлайн-ЗМІ традиційної моделі, ЗМІ-блоги, ЗМІ з опорою на UGC-контент, колектори, псевдо ЗМІ. Зокрема Н. Лосєва, на дослідження якої спирається автор роботи [428], визначає наступні засоби подання контенту:

- за традиційної моделі майданчик повністю контролюється ЗМІ; ЗМІ монетизує майданчик самостійно; аудиторія приходить до ЗМІ;

- при новій моделі контент віддається на сторонній майданчик; відбувається непряма монетизація; аудиторія не переходить або частково переходить на власний майданчик ЗМІ.

Ми також спостерігаємо конвертаційні зміни маскомунікаційного виробництва, приклади якого широко демонструє сучасний медіа простір. Зокрема, в структурі онлайн-ЗМІ можна виділити головну сторінку; сторінки статті, рубрики, підрубрики, сюжети та другорядні сторінки, рубрикатори, варіанти ситуативної організації контенту. Ця структура ставить вимоги до організації, презентації відомостей про суб'єкт комунікаційної діяльності. Така практика впливає на жанри традиційних ЗМІ, що користуються текстовими формами, доповнюючи їх мультимедійними. Зміна комунікаційних можливостей та комунікаційних ситуацій, які були зумовлені трансформацією засобів комунікаційної діяльності, підіймає актуальні питання класифікації нових жанрів медіа-комунікації, визначення критеріїв їх характеристики, особливості їх використання та впливу на різні медіа аудиторії, що є достатньо важливим з точки зору оновлення теорії та вдосконалення практики нових медіа засобів у системі суспільної взаємодії.

Попередній матеріал нашого дослідження дозволяє зауважити щодо тенденції посилення соціально-психологічних факторів соціально-комунікаційної діяльності. Позиції суб'єктів комунікаційної взаємодії як комунікатив, так і комунікантів мають бути збалансованими у відповідності до її стану в структурі суспільної діяльності в цілому. Брак звичайних знань, умінь та навичок відносно засвоєння нової соціальної реальності може завдати серйозної шкоди особистості й усьому суспільству

загалом. Усвідомлення цього факту було поштовхом щодо розробок та втілення програм ЮНЕСКО з інформаційної культури та інших міжнародних програм з медіа освіти.

Вирішення деяких нових проблем стосовно соціально-комунікаційної діяльності пов'язані з комунікаційною етикою. Як ми зазначали вище, етика мережевої комунікації і загалом етика комунікаційної взаємодії в умовах єдиного комунікаційного простору не може базуватися виключно на етичних принципах попередніх етапів розвитку соціально-комунікаційної діяльності. Новітня тенденція в етиці комунікаційного суспільства полягає в інтеграції етичних норм професійних комунікаторів та масової аудиторії користувачів, що стали мешканцями нової соціальної реальності. Цей напрям відбиває особливості функціонування соціально-комунікаційної системи в медіа просторі та масштабний вплив, який вона здійснює на суспільство та суспільна відносини. Можна вважати комунікаційну етику важливою складовою в структурі освіти та управління суспільної діяльністю в цілому.

Важливості питанню про комунікаційну етику додають проблеми захисту особистої інформації, екології комунікаційного простору, що природнім чином знімають певні перешкоди у сприйнятті положення щодо неможливості прямого перенесення норм етичної поведінки комунікаторів епохи документальної комунікації у медіа простір. Доступність комунікаційного простору робить його зручним з точки зору доступу будь-яких людей з хибними намірами, безвідповідальними, комунікаційна діяльність яких робить мешканців мережі жертвами їх комунікаційної дії. Особливо під вплив таких комунікаторів підпадають діти, підлітки та інші категорії людей. Часто й дорослі люди необережно розміщують особисту інформацію про себе, своїх рідних, друзів, знайомих. Це створює умови для шахрайства, незаконних дій вже у реальному житті за межами віртуального простору. Використання Інтернету для спілкування, роботи, пізнання і розваг приносить нові освітні та етичні дилеми і проблеми для батьків і вчителів – проблеми в тій сфері, в якій у вихователів, вчителів і шкільних адміністраторів зазвичай бракує підготовки. Використання Інтернету дітьми шкільного віку створює технічні, юридичні, організаційні та етичні або кібер-етичні проблеми, які значною мірою перетинаються з власне психологічними проблемами [84]. У такій ситуації ще більше

актуалізується положення про необхідність вивчення етичної сфери комунікаційного простору, оскільки це пов'язано зі зростанням нових поколінь в його середовищі. Традиційні моральні цінності та норми, що продукуються в родинних стосунках, початковій школі мають органічно вписуватися до структури нової комунікаційної етики. Такий підхід має забезпечити захист дітей та готувати їх до життєдіяльності в електронному оточенні, зробити їх інтеграцію до дорослого життя в медіа просторі більш захищеною та органічною.

Необхідно зазначити, що теоретичні моделі етичної поведінки підкреслюють важливість етичної чутливості або здатності відрізнити етичну поведінку від неетичної [511; 521]. Чинники, які впливають на розрізнення етичного й неетичного, змінюються [506]. Крім того, здатність розпізнавати етичні виходи з ситуації й оцінювати етичні/неетичні альтернативи залежить від індивідуальної системи цінностей [84; 521]. Організаційна підтримка досліджень у нових сферах мережевої комунікаційної етики вже стає суспільною практикою. У роботах [21; 50; 51; 83] подані різні аспекти цієї тематики, що демонструє її соціокультурну актуальність і можливі шляхи вирішення проблем.

Додамо, що в сфері вищої освіти пошуки нових теоретичних та практичних заходів щодо поширення комунікаційної етики мають приклади в просторі України. Ці питання знаходяться в програмах наукових розвідок та досліджень кафедри ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка і відповідають завданням виховання та освіти студентів [291]. Фахівці кафедри у своїх працях та викладацькій практиці дійшли висновку про те, що комунікативна компетентність є одним з найважливіших понять комунікативної теорії. Це широко використовується поряд з базовими поняттями даної системи наукового знання. Комунікативна компетентність розвивається і значною мірою усвідомлює досвід спілкування, що формується в умовах безпосередньої людської взаємодії.

Вище розглянуті тенденції розвитку соціально-комунікаційної діяльності стосуються всіх її складових. Природно, що суттєвих трансформацій зазнали не лише засоби комунікації, але й суб'єкти комунікаційної дії. Їх свідоме

ставлення щодо феномену комунікації та комунікаційної діяльності як головного фактору функціонування та розвитку людей та суспільства стає умовою вирішення багатьох проблем, з якими доводиться зустрічатися в сучасному медіа просторі, тому не можна переоцінити значення комунікативної компетентності для сучасного суспільства, що стало залежним від стану, характеру, змісту, цілей та намірів взаємодій між людьми.

Слід враховувати, що така особливість комунікаційного розвитку суспільства як динамічний розвиток, відбивається на всіх сферах суспільного устрою України. Кардинальні зміни в політичній, економічній, соціально-культурній сферах нашої країни призвели до значного підвищення ролі моральної, духовної особистості, що поєднала високий рівень відповідальності й свободи у визначенні свого життєвого призначення. Такий стан породжує високі вимоги до контенту, що презентується, передається каналами соціальної комунікації та наповнює український медіа простір певним соціокультурним сенсом. Відповідальність комунікаторів – учасників комунікаційної взаємодії єдиного комунікаційного простору країни стає відповідальністю всіх сторін, що беруть участь у цьому процесі. Такий стан підіймає питання контенту на рівні маскомунікаційної взаємодії на першу сходинку стратегічних завдань комунікаційного менеджменту в країні. Навіть, враховуючи той факт, що Україна знаходиться на шляху побудови інформаційного суспільства, держава може використовувати наявний комунікаційний ресурс задля вирішення багатьох питань суспільної взаємодії, досягнення злагоди та порозуміння між представниками різних груп інтересів та верствами населення.

Таким чином, на цей час сформувалася певна сукупність тенденцій, що характеризує близьку перспективу функціонування та розвитку соціально-комунікаційної діяльності. Головною тенденцією, що характеризує соціально-комунікаційну діяльність, стає розмивання меж між суб'єктами комунікаційного процесу, де динамічно змінюються ролі комунікантів та комунікатів. Ця тенденція породжує нову соціально-комунікаційну ситуацію, що посилює значущість оволодіння новою медіа культурою сучасної цивілізації, зумовлює необхідність визначення стратегічних орієнтирів

розвитку соціально-комунікаційної підсистеми суспільства та її особливостей як суспільно-історичної практики людства.

Тенденції розвитку та трансформації соціально-комунікаційної діяльності виводять на загальнокультурний рівень питання комунікаційної компетентності як умови засвоєння нового соціально-комунікаційного простору суспільства. Вона також стає найважливішим фактором професійної підготовки, перепідготовки професійних комунікаторів, які є головним кадровим ресурсом комунікаційного суспільства, носіями його культури, провідниками комунікаційної етики, провідниками в мережових інформаційних ресурсах, екологами медіа простору. Особливо значна роль комунікаційної компетентності в сфері зв'язків з громадськістю.

Комунікаційна компетентність має розглядатися як певний рівень сформованості особистісного та професійного досвіду взаємодії з комунікаційними аудиторіями. Особлива увага в ній надається свідомому ставленню до виконання своїх соціально-професійних функцій та ролей, враховуючи системно-діяльнісні зв'язки в межах єдиної соціально-комунікаційної системи суспільства. Комунікаційна компетентність має розглядатися у двох контурах: перший контур стосується її розуміння як відповідного рівня сформованості світогляду сучасної людини відносно трансформацій соціокультурної реальності її буття в електронну епоху; другий контур стосується її структуризації як стратегічної програми виховання, освіти та навчання сучасної людини, як умови адаптації до нового життєвого простору та підготовки підґрунтя для передачі певного комунікаційного досвіду наступним поколінням.

Комунікативна компетентність являє собою комплекс знань і навичок та формується не лише в результаті набуття практичного досвіду взаємодії з іншими людьми, але і в процесі навчання. Комунікативна компетентність включає всі складові комунікативної компетентності особистості: знання принципів становлення та підтримки процесу взаємодії. Перш за все, це передбачає високий рівень мовного розвитку. Людина в процесі спілкування має посідати свідому позицію, тобто передавати і відтворювати інформацію, розуміти невербальну мову спілкування, уміти вступати в контакт з людьми з урахуванням їх статево-вікових, соціально-культурних, статусних характеристик, вміти переконувати співрозмовника, мати

здатність правильно оцінювати співрозмовника як особистість, як конкурента або партнера, обирати власну комунікативну стратегію залежно від такої оцінки, мати здатність викликати у співрозмовника позитивне сприйняття власної особистості.

Зростання комунікативної компетентності в усіх сферах життєдіяльності сприяє раціоналізації й підвищенню ефективності механізмів взаємодії в суспільстві на різних рівнях його організації. Вище ми вже розглянули сфери комунікаційної практики (Див. п. 5. 1.). Всі вони передбачають створення загальнокультурного базису комунікаційної культури сучасного і майбутнього суспільства. До переліку комунікаційної компетентності слід додати тенденцію організації багатоканальної комунікаційної діяльності сучасних генераторів суспільної інформації. До них, як відомо, належать органи влади та соціального управління, ЗМІ, бібліотеки, інформаційні центри. Багатоканальна комунікація вже є реальністю діяльності професійних комунікаторів, що має як позитивні, так і негативні особливості, що створюють особливий простір виконання ними професійних функцій. Ми маємо на увазі, по-перше, цілодобову доступність Інтернету, необмеженість електронного простору, а також велику можливість зворотного зв'язку як зі своїм професійним оточенням, так і з мешканцями мережі. Це вимагає ґрунтовної технологічної підготовки професійних комунікаторів, що включає оволодіння сучасними медійними технікою та технологіями, знання та володіння технологічними аксесуарами.

Такі обставини викликають необхідність певної економічної оцінки всього технічного обладнання, що забезпечує професійну діяльність в сфері соціальних комунікацій. Можна сказати, що існує ситуація здороження технологічного базису комунікаційної діяльності на професійно-діяльнісному та індивідуальному діяльнісному рівнях професійного комунікатора. Слід додати, що економічні показники діяльності професійних комунікаторів мають враховувати і показник часу. З одного боку, сервісні можливості Інтернету є дуже зручними, але в той же час навігація у всесвітньому павутинні вимагає витрат значної кількості годин робочого та особистого часу, оскільки в мережі міститься велика кількість інформації, що потребує перевірки, уточнення та пошуку.

Мультимодальність сучасного комунікаційного простору вимагає від професійних комунікаторів використання комунікаційних каналів, що доповнюють один одного. Цей фактор виявляється й на рівні діяльності комунікаційних організацій, у тому числі, й великих медіа-холдингів. На сьогодні стандартним є використання не просто декількох каналів, а навіть декількох платформ. Мається на увазі також необхідність врахування комунікаційних властивостей комунікаційних каналів стосовно ґрунтовності та глибини аналізу газетних матеріалів, оперативності веб-ресурсів, доступності для мобільних пристроїв. Цікаво, що в редакціях західних ЗМІ з'явилися «рюкзаки універсалу», в яких містяться міні-комп'ютер, відеокамера, магнітофон, антена. Сучасний журналіст зобов'язаний бути оперативним універсалом: наприклад, репортер може і повинен уміти працювати в будь-якому місці та передавати інформацію з будь-якої точки світу [428]. Наведені матеріали свідчать про те, що технологічні перетворення електронної доби мають динамічний характер і тенденцію до заміни документально-комунікаційних засобів та знарядь на більш зручні гнучкі електронно-комунікаційні технології. Останні значно поширюють можливості гібридизації комунікаційного виробничого процесу, а також підготовки відповідного комунікаційного продукту. Виробництва нового комунікаційного продукту вимагає від професійних комунікаторів нова аудиторія, яка, фактично, знаходиться з ними в одній фазі свого розвитку, а часто значно випереджає їх, що є великим стимулом для спільноти професійних комунікаторів прискорити темпи своєї технологічної освіти та вирішення питань техніко-технологічного оснащення своєї професійної діяльності. Особливою ланкою в цьому аспекті є відносно високий рівень медійного оснащення професійних освітніх закладів в сфері соціально-комунікаційної діяльності.

Ефективність комунікаційної взаємодії у новому комунікаційному просторі оцінюється за новими критеріями: відвідуваність (охоплення аудиторії, унікальні користувачі); переглянуті сторінки, завантажені сторінки; цитованість; якість аудиторії (час, проведений на ресурсі, кількість дій всередині ресурсів); географія, аудиторії; позиції в рейтингах серед профільних конкурентів та ін. Розуміння, взаєморозуміння стають найважливішими складовими комунікаційної культури медіа епохи. Між тим, вміння користуватися мережею стає не

просто інструментальним навиком, а аспектом соціалізації або навіть політичного життя [508]. Комп'ютерна грамотність перетворюється в медіа-грамотність, уміння користуватися вже не інструментом, а середовищем. В контексті нашого розгляду комунікаційна компетентність стає концептуальним рівнем вирішення прикладних завдань медійної освіти та навчання, де первинною основою є комунікаційна грамотність.

Комунікаційна грамотність стала актуальним початком вирішення питань засвоєння нового комунікаційного середовища. Цьому питанню присвячена велика кількість досліджень та консолідованих рішень на рівні міжнародних організацій [98]. Її поступове поширення в контексті проблематики трансформації комунікаційного простору почалося з середини 90-х років і з того часу ця концепція набула значних змін. Але фахівці дійшли висновку, що в її базову структуру слід включити такі етапи як раннє навчання дітей та темпоральна адаптація [274]. Ці компоненти медіа грамотності не можна ігнорувати, розробляючи стратегії реформування або проекти оновлення освітніх програм, зокрема шкільних, незважаючи ні на які політичні або громадські суперечки, тому що вони визначають стратегічний зміст освіти майбутніх поколінь нашої країни.

До конкретних змістовних елементів медіа грамотності мають бути включені різні форми комунікаційної діяльності, що відтворюють світ суспільної взаємодії. Зокрема, це стосується такої форми комунікаційної взаємодії як спілкування, що має свої особливості, вимоги до здійснення, обмеження, види тощо. В сучасних умовах суспільних відносин зберігається потреба у здійсненні не лише комунікативних дій для зберігання навичок простого та ділового спілкування у будь-якій сфері соціального життя. Серед усіх складових спілкування листування посідає особливе місце, так як до нього пред'являються більш високі порівняно з усним мовленням вимоги точності, логічності, однозначності, грамотності, які не компенсуються чарівністю і невербальними техніками, що активно використовуються в особистому спілкуванні [59]. Письмова комунікація залишає чіткі сліди (документальні докази факту і змісту комунікації). Все це пред'являє особливі вимоги до вміння створювати документи, писати листи, готувати звіти. Спілкування в мережі поширюється і також вимагає дотримання певних правил.

Так, Бацевич Ф.С. зазначає, що персоніфікація комунікаторів у мережі є причиною ускладнення міжособистого спілкування, збільшення комунікативних конфліктів та інших типів непорозумінь у спілкуванні людей [28, с. 47]. Дослідження спілкування в мережі Інтернет дозволили визначити і скласти певні правила та рекомендації для загального використання, враховуючи, що віртуальне спілкування відрізняється від спілкування, яке відбувається у реальному житті. При спілкуванні в мережі співрозмовники не бачать один одного, не знають ні ваших достоїнств, ні ваших недоліків; нікого не цікавить ваше становище в суспільстві. Іноді один з учасників віртуальної розмови, розуміючи безкарність своєї поведінки, може образити інших, збурити, розчарувати або просто набриднути їм. При роботі в мережі необхідно керуватися певними негласними, але загальноприйнятими нормами поведінки, етикою спілкування людей [23]. У комунікаційному просторі поширюється досвід спілкування електронною поштою, спілкування в межах телеконференції, спілкування в чатах. В умовах електронної комунікації виникають нові технології здійснення спілкування. З'являється тип спілкування людини з машиною – комп'ютером [157].

За результатами нашого розгляду тенденцій функціонування та розвитку соціально-комунікаційної діяльності реалізація базових компонентів медіа грамотності має бути доповнена за рахунок медіа-освіти на різних ступенях освітньої системи. Зауважимо, що медіа-освіта є глобальною проблемою, оскільки таїть у собі не просто питання доступності інформації з використанням інформаційно-комунікаційних технологій [277; 305]. З'являється необхідність підтримання міжнародних стандартів зв'язку та телекомунікацій, контентної якості інформації, яка передається каналами комунікацій. Крім того, комунікатори мають відповідати певному рівню підготовленості до взаємодії в електронному середовищі. Важливість останнього твердження полягає у тому, що в процес формування сучасного медіа-простору втягнуті всі учасники комунікаційних процесів на різних рівнях комунікаційних відносин. Нові можливості встановлення зв'язку і підтримання контактів у глобальних комунікаційних мережах, зокрема, доступність технологій відтворення й передачі інформації, а також факт розмиття межі між комунікатами і комунікантами, створює додаткові труднощі регулювання та управління у цій

сфері. Крім того, ці нові можливості стають нормою і необхідністю соціалізації людей, породжуючи при цьому безліч соціально-психологічних проблем соціальної взаємодії.

Значний внесок у вивчення проблем медіа освіти в педагогічній площині зробили українські науковці: В. П. Андрущенко, І. М. Дичківська, В. Г. Кремень, В. О. Лозовий, Г. В. Онкович та російські: О. А. Журін, О. В. Федоров, Я. М. Засурський, Л. М. Землянова, І. А. Фатєєва, І. В. Челишева. В інформаційній площині значний внесок щодо розв'язання інформаційно-комунікаційних проблем освіти зробили: А. Д. Єляков, В. В. Зотов, В. Ф. Іванов, В. О. Ільганаєва, Г. Г. Почепцов, В. В. Різун, А. М. Фортунатов. Аналіз теорії й практики медіа освіти в різних країнах дав підставу дослідникам дійти висновку, який відбиває стан питання на початок ХХІ століття, що в світі не було і немає єдиної теоретичної концепції медіа освіти [435, с. 7]. Очевидно, що ситуація зберігається і після першого десятиліття ХХІ століття. В Україні медіа освіта почала системно розвиватись в останні роки, коли у 2010 році НАПН України розробила Концепцію впровадження медіа освіти і з 2011 р. розпочалося експериментальне впровадження основних її положень [318].

Попри значний історичний період розвитку ідей медіа освіти, який датується початком 80-х рр. [379; 433; 434; 435; 436], остаточної моделі медіа освіти, її загальних концептуальних засад в умовах утворення медіа простору і становлення нової соціальної реальності фактично не існує.

Слід звернути увагу на специфіку підходів до визначення освіти під впливом факторів, що зумовлені становленням соціально-комунікаційної системи суспільства. Не можна не помітити, що найбільш поширеними є підходи щодо трактування медіа освіти з позицій педагогіки і педагогічної діяльності. На це звертає увагу О. А. Журін, який зводить розуміння медіа освіти до трьох складових, перша з яких, – це педагогічна наука, яка вивчає вплив засобів масової інформації на дітей та підлітків і розробляє теоретичні питання підготовки учнів до зустрічі зі світом ЗМІ; друга – це практична спільна діяльність вчителя і учнів щодо підготовки дітей та підлітків до використання засобів масової інформації і до розуміння ролі медіа в культурі й сприйнятті світу; третя являє собою освітню галузь, змістом якої є знання про роль засобів масової

інформації в культурі та сприйнятті світу й вміння ефективно працювати з медійною інформацією [145].

Такий стан відображає визначення, подане в російському «Педагогічному енциклопедичному словнику», що трактує медіа освіту як напрям у педагогіці, що виступає за вивчення школярами масової комунікації [348, с. 138]. В принципі цей підхід відображає основну тенденцію у вивченні нового напрямку в науково-освітній сфері як реакцію на зміну освітнього простору та формування нового техніко-технологічного базису здійснення навчального процесу і педагогічної діяльності в цілому.

Виходячи з аналізу зміни соціально-культурних умов інформаційного суспільства, було сформовано уявлення про медіа освіту, підготовлене службами ЮНЕСКО, яке отримало поширення в міжнародних комунікаційних каналах [433; 335; 435]. Фатєєва І. А. зазначає два додаткових моменти щодо визначення ЮНЕСКО, а саме: розуміння під медіа освітою «навчання теоретичним і практичним умінням щодо оволодіння сучасними засобами масової комунікації розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії й практиці; використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, наприклад, математики, фізики або географії» [433, с. 10]. Тобто, вбачаються два аспекти традиційного педагогічного підходу: передачі знань і умінь, пристосування до нових умов життєдіяльності та інноваційних технологій організації навчання. Саме ці підходи визначили основний зміст подальших дискусій щодо медіа освіти.

Під медіа освітою О. В. Федоров пропонує розуміти «процес утворення й розвитку особистості засобами і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретації, аналізу та оцінки медіа тексту, навчання різним формам самовираження за допомогою медіа техніки» [436, с. 35].

Аналіз багатьох варіантів визначень медіа освіти дозволяє зробити висновок про те, що вони не заперечують один одного. Авторка роботи [433] зауважує, що під медіа освітою слід розуміти науково-освітню сферу, предметом якої є засоби масової інформації та комунікації в педагогічному аспекті їх різноманітних зв'язків зі світом, суспільством та людиною. Твердження І. А. Фатєєвої про те, в теоретичному аспекті

сутність медіа освіти знаходиться на перехресті педагогіки та комплексної науки про медіа, а в практичному має на увазі спільну діяльність викладачів та учнів з підготовки населення до життя в медійному світі, свідчить про необхідність звернень до теорії соціальних комунікацій. Комплексна наука про медіа тільки формується, її основи розробляються в межах теорії соціальних комунікацій і в наш час розуміється як метатеорія соціальних комунікацій [405]. Такої ж думки дотримується українська дослідниця В. О. Ільганаєва [176, с. 195].

Безумовно, педагогічний підхід, в якому склалися базові елементи системи медіа освіти вплинув на актуалізацію, розробку та впровадження різних її моделей в сучасну соціокультурну практику. Важливим доробком педагогічного підходу можна вважати класифікаційні схеми медіа освіти, які наводить І. А. Фатеева: за видами освітніх закладів (базові та додаткові, зокрема компенсаторні); за наявністю видової інтеграції (інтегрована та спеціальна); за предметно-змістовною локалізованістю (предметна, міжпредметна, багатопредметна); за формам реалізації (формальна, позаформальна та неформальна); за рівнем організації (дошкільна, середня, професійна та післядипломна) [433, с. 36].

Подібний підхід прийнято за основу в українській моделі медіа освіти [318], українські дослідники підкреслюють важливість ранньої медіа освіти дітей задля пристосування їх до віртуального, візуально насиченого електронного середовища [там же]. Аналізуючи вітчизняну модель медіа освіти, подану у роботі Найдьонової Л. А., можна дійти висновку, що там простежується як педагогічний, так і заявлений соціально-психологічний підходи. Крім того, ми знаходимо факт присутності соціально-комунікаційного підходу, оскільки до суб'єктів медіа простору освіти включаються суб'єкти, що взаємодіють у ньому і стають учасниками процесу не лише створення, а й передачі інформації та в цілому комунікаційного процесу, де медіа виступають як посередники, виробники, організатори взаємодії.

Згадаємо, що проблема розуміння у комунікаційній взаємодії викликається перетином соціально-культурних смислів, включенням до комунікаційних зв'язків представників різних соціально-культурних осередків суспільства. Проблеми породжуються також фрагментарністю, хаотичністю, некерованістю інформаційних потоків, що циркулюють в медіа

просторі. Додатково існує ще й проблема цифрової та інформаційної нерівності в реалізації прав доступу населення до інформаційних ресурсів як на національному, так і на міжнародному рівнях. Встановлення змісту, структури і функцій медіа освіти передбачає аналіз численних факторів, до яких ми відносимо фактор часу, історичної ретроспективи та історичної перспективи, тобто соціокультурних умов виникнення і розвитку. Розробка інформаційно-комунікаційної проблематики склала основу формування соціально-комунікаційного підходу до медіа освіти, що знайшло відображення у працях вітчизняних науковців В. Ф. Іванова, В. О. Ільганаєвої, Г. Г. Почепцова, В. В. Різуна [268; 366; 379].

Слід підкреслити, що в розглянутих вище ставленнях до медіа освіти або інформаційної освіти основу склали інформаційно-технологічні процеси інформатизації суспільства. Це було головним фактором соціокультурних трансформацій з середини 50-х рр. XX століття. Педагогічний підхід до розгляду медіа освіти знаходився під впливом інформаційного підходу, який визначив стратегічне бачення перспектив розвитку суспільства в інформаційну добу. Інформатизація сфери освіти зробила можливим використання сучасних технологій у навчальному процесі. Існують он-лайн університети, курси, тренінги, які не лише спростили навчальний процес, зробили його доступним і більш дешевим, а й створили нову нішу в освітньому бізнесі. Другим важливим моментом впливу на зростання уваги педагогічної освіти до питань медіа освіти було поширення електронних засобів масової комунікації: телебачення, Інтернету, соціальних мереж, що склали основу нового медіа простору суспільства.

Грунтовний аналіз цих процесів на основі інформаційного підходу до системи освіти здійснено в працях Н. І. Гендіної, В. О. Ільганаєвої, Г. Г. Почепцова, А. В. Соколова та ін. [98; 176; 183; 366; 405]. Використання інформаційного підходу в освітній підсистемі суспільства на всіх її рівнях стало основою формування глобальної соціокультурної стратегії освіти – освіта протягом життя. Але динамічний розвиток техносфери інформаційного суспільства на основі мультимедійних технологій швидко призвів до формування медіа простору як нової соціальної реальності, дав імпульс щодо поширення медіа освітніх тенденцій в усіх підсистемах соціокультурного життя суспільства та відродив дискусії щодо гуманістичного сенсу й

змісту освіти в умовах нової соціальної реальності [385; 440]. При розгляді проблем медіа освіти питання трансляції інформації, її сприйняття, відтворення та розуміння лишаються найважливішими аспектами і в комплексному використанні цього поняття складається й розвивається інформаційний підхід, який вже в умовах медіа простору входить до нових понять – медіа інформація, медіа текст, медіа технології тощо. З використанням цього понятійно-категоріального апарату відтворювалися концепції інформаційної культури, інформаційної грамотності, інформаційної компетентності, а також схеми реалізації необхідних рівнів підготовки в закладах освіти, культури, соціальної реабілітації тощо.

Нові умови вплинули на тлумачення медіа освіти в матеріалах міжнародних організацій, зокрема ЮНЕСКО, яка розширили межі розуміння медіа освіти як частини основних прав кожного громадянина будь-якої країни на свободу самовираження та права на інформацію в мультикультурному, багатомовному та мультимедійному просторі. Тим самим, проявився процес наслідування концепцій інформаційної грамотності та інформаційної культури в концепціях медіа культури та медіа грамотності [98; 435]. Одним з наслідків розвитку цих двох концепцій, на нашу думку, є збереження розподілу процесу засвоєння нової реальності через медіа культуру як загальний рівень пристосування до нових умов життя, медіа грамотність як сукупність навичок використання комунікаційної техніки та технологій і медіа компетентність як сукупність умінь використання медіа технологій на різних рівнях суспільної діяльності. На нашу думку, це й є основою формування концепцій медіа освіти професійних комунікаторів, до яких ми відносимо представників соціально-комунікаційної сфери діяльності, що має свої інституціональне вираження і системно-інтеграційну форму.

Традиційні соціально-комунікаційні структури (ЗМІ, бібліотеки, музеї, архіви, органи науково-технічної інформації) стимулювали розвиток горизонтальних мережевих зв'язків між її суб'єктами, а також створюють та розвивають інформаційний простір завдяки посиленню взаємодії між собою й іншими соціальними інститутами, що відповідають за соціально-культурний розвиток суспільства. Вони створили комунікаційну систему суспільства, яка стає базовою підсистемою суспільного життя і визначає основний стан суспільної взаємодії. Основні

теоретичні узагальнення відносно організаційно-структурної, функціонально-цільової, змістовної, технологічної та управлінчої складових соціально-комунікаційної діяльності або медіа діяльності в наш час здійснюється в межах наукового напрямку «соціальні комунікації». Це створює необхідне підґрунтя щодо поглиблення досліджень інтеграційних тенденцій не лише в сфері соціальних комунікацій, але й в сфері її взаємозв'язків та взаємовпливів в широкому соціокультурному просторі. На це вказує стан розвитку комунікаційної діяльності, що пронизує всі сфери суспільного життя, суспільних підсистем та особистості.

Головними проблемами реалізації програм медіа освіти залишаються цифрова та інформаційна нерівність медіа простору, які виникли ще на попередньому етапі становлення інформаційного суспільства і зберігаються в умовах медіатизації як інформаційно-технологічна проблема, об'єкт інформаційної політики країн, що знаходяться у процесі побудови інформаційного суспільства. До таких проблем слід віднести відсутність базових компонентів медіа освіти, до яких належить інформаційна культура та інформаційна грамотність; відсутність достатнього технічного та програмно-технологічного забезпечення навчального процесу; відсутність єдиного бачення системи соціальних комунікацій як інтегрованої частини соціальної діяльності; відсутність наукових та методичних зв'язків в процесі розробки концепції медіа освіти представниками різних галузей соціально-комунікаційної діяльності. Моделі медіа освіти розробляються, виходячи з різних аспектів класифікації освітньої діяльності, особливості її організації та техніко-технологічних можливостей здійснення навчального процесу. Можна підкреслити, що інформаційний та педагогічний підходи до медіа освіти призвели до розуміння необхідності концептуальної основи більш широкого погляду на її зміст, структуру та наповнення. Необхідність розуміння всієї системи соціальної взаємодії для виховання демократичних властивостей громадян осягалась представниками культурологічних, мас-комунікаційних, соціально-інформаційних, мистецтвознавчих, бібліотечних сфер та іншими фахівцями.

Складаються підґрунтя щодо визначення найбільш значущих для поточного моменту таких складових медіа освіти як необхідного засобу адаптації до нової соціальної реальності:

- «медіа-іммунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіа середовищу, забезпечує психологічний добробут при споживанні медіа продукції, що передбачає медіа обізнаність, уміння добирати потрібну інформацію, оминати інформаційне «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів;

- рефлексії і критичного мислення як психологічних механізмів медіа грамотності, що забезпечують свідоме споживання медіа продукції на основі ефективного орієнтування в медіа просторі та осмислення власних медіа потреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту і форми інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа;

- здатності до медіа творчості для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань, покращення якості міжособової комунікації та приязності соціального середовища, мережі стосунків і якості життя в значущих для особистості спільнотах;

- спеціалізованих аспектів медіа культури: візуальної медіа культури (сприймання кіно, телебачення), музичної медіа культури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих масмедіа та сучасних напрямів медіа-арту тощо» [268, с. 20]. Такі ж положення висувають О. В. Федоров та І. А. Фатєєва [433; 435].

Ми також можемо констатувати той факт, що склалися всі необхідні умови підійти до розв'язання завдань медіа освіти, виходячи зі стану розвитку соціально-комунікаційної системи, інтеграційних тенденцій в складових соціально-комунікаційного простору суспільства. Факторами залучення соціально-комунікаційного підходу до розгляду медіа освіти можна вважати: масштабність явищ соціальної комунікації; інфраструктурний рівень техносфери медіа простору; рівень інституалізації соціально-комунікаційної сфери; рівень доступності медіа ресурсу для населення; рівень підготовленості користувачів; наявність фахівців-професійних комунікаторів; забезпеченість науково-методичними і навчальними матеріалами.

У напрямі вдосконалення управління і медіа освіти слід виокремити два напрями: вдосконалення освіти професійних комунікаторів; масова медіа просвіта. Життя в комунікаційному

суспільстві вимагає не тільки певних практичних навичок роботи з постійно оновлюючимися засобами ІКТ (програмне забезпечення радикально змінюється раз на два роки), але й постійної готовності до навчання та засвоєння нових знань і технологій, а також до спілкування з представниками різних національностей, соціальних та професійних груп [251, с. 171.]

В умовах мультимодальності комунікаційної культури суспільства складається потреба формування нових підходів до системи навчання основам, правилам, технологіям комунікаційної поведінки в умовах нової соціокультурної реальності. Стає зрозумілим, попередні форми соціально-комунікаційної діяльності не покидають арену суспільної взаємодії, а базуються одна на одній, розкривають свої потенціали в комунікаційному процесі, доповнюючи один одного. Прогрес комунікаційної техніки та технологій поступово призводить до інтеграції всіх наявних засобів соціальної комунікації і при цьому утворюються можливості з інтеграції комунікаційного знання. Розуміння сутності змін в соціально-комунікаційній сфері діяльності призводить до узгодження позицій представників різних сфер суспільної діяльності й окремо в сфері комунікаційної діяльності. Це наблизило людство до усвідомлення необхідності реформування медіа освіти, що має вмістити у собі усі процедурні, змістовні, цільові, нормативні, технологічні, етичні елементи комунікаційної діяльності, що має бути врахованим при концептуалізації та прагматизації дій відносно побудови її змістовно-практичного базису.

Ми дійшли висновку, що необхідно не лише наголошувати на важливості розробки питань, які стосуються впливу сучасного медіа середовища на суспільні процеси, суспільні відносини, суспільну діяльність, а, головним чином, на те, як впливає це середовище на суспільне життя в цілому, але не відкладаючи, переходити до обговорення й прийняття конкретних програм навчальних дисциплін, що орієнтовані на формування глобального світогляду людини, інтегрального світосприйняття, комунікаційної етики. Це вкрай важливо не лише для освіти і виховання підростаючого покоління, але і для просвіти дорослих, зокрема з метою подолання цифрового розриву поколінь.

Акцентування уваги приходиться на інформування педагогів та батьків про властивості медіа середовища,

необхідність засвоєння знань та набуття навичок, корисних для безпечного та ціннісно-насиченого виховання дітей та навчання дорослих. Впровадження відповідних предметів до шкільного та вузівського навчання стає стратегічним з огляду на тенденції розвитку комунікаційного суспільства, реалізацію стратегій розвитку інформаційного суспільства в Україні та переходу до побудови суспільства знань. Особливо актуальною є стратегія узгодження загально-професійних та спеціально-професійних програм підготовки професійних комунікаторів. Метою медіа освіти є досягнення цивілізаційного ефекту толерантності відносин, консенсусу, рівноваги, прав людини на право бути людиною, інтегрованою у сучасний соціальний простір. Медіа освіта має стати базовою у реалізації гуманітарно-гуманістичного сенсу системи освіти в цілому, а також необхідною умовою вдосконалення соціально-комунікаційної діяльності в Україні.

Медіа освіта є стратегічною тенденцією розвитку суспільства і, в першу чергу, його комунікаційних підсистем. Вона має втілювати увесь досвід людства з налагодження соціальної взаємодії: історію виникнення, основні засоби, форми, функціональне та соціокультурне призначення; трансформацію форм, механізм цієї трансформації; техніку та технології; інституалізацію та становлення соціальної комунікаційної системи суспільства; просторові характеристики й ознаки соціально-комунікаційної діяльності, структуру соціально-комунікаційного процесу, професійно-спеціальний розподіл праці; контентні характеристики повідомлень, соціальний устрій, екологію медіа свідомості; етичні засади комунікаційної взаємодії, стратегії й тактики медіа поведінки; методи та технології медіа навчання. На ці дії нас налаштовують усі тенденції в сфері комунікаційної діяльності. Слід визнати, що найголовнішим у реалізації завдань цивілізаційного розвитку людства є реалізація медіа освіти як процесу адаптації особистості до нових умов буття, засвоєння навичок взаємодії в медіа просторі, розуміння контенту, що презентується в медійних каналах представниками різних культур, уміння критично ставитись до медіа повідомлень у будь-якому вигляді та їх аналізувати, генерування та подання інформації в каналах комунікацій за допомогою відповідної техніки та технологій.

Подальші дослідження мають бути скеровані на поглиблення уявлень про медіа простір як нову соціальну

реальність буття людини й основу функціонування та розвитку культури сучасної цивілізації; про медіа діяльність як специфічний вид суспільної діяльності; про властивості медіа простору та його вплив на соціально-психологічний стан суспільства та особистості; про особливості транспортування інформації та знань в соціально-комунікаційних каналах; про зміну ролей суб'єктів комунікаційної взаємодії в різних суспільних підсистемах, зокрема, в освіті. Це є важливим підґрунтям з пошуку узагальнень, які необхідні щодо підвищення комунікаційної свідомості в суспільстві. Механізми включення цього знання до систем медіа освіти складають спеціальній напрям поточних та перспективних досліджень в соціально-комунікаційній сфері.

ПІСЛЯМОВА

Система соціально-комунікаційної діяльності в результаті розвитку і диверсифікації досягла інституціонального стану своєї організації. Становлення всіх підсистем і структур комунікаційної діяльності зумовлено реалізацією потреб суспільства у соціальній інформації, її доведенням до суб'єктів соціальної діяльності, налагодженням суспільних стосунків та досягненням взаєморозуміння у розв'язанні проблем життєдіяльності людства. Глобалізація є наслідком еволюції культури й у своєму розгортанні вона постала фактором інтенсифікації комунікаційних відносин у суспільстві, посилення комунікаційного елементу спілкування, оголила проблеми соціокультурної інтеграції та сталого розвитку сучасного суспільства.

В умовах поступового формування єдиного комунікаційного простору сучасного суспільства комунікаційні функції різних суспільних агентів перетинаються, змінюють своє функціональне наповнення, мають тенденцію до координації зусиль усіх соціально-комунікаційних структур щодо досягнення задоволення очікувань суспільної стабільності. Суспільна діяльність у будь-яких своїх проявах потребує керованого впливу на обіг суспільно-значущої інформації, установлених норм, законів, модусів самої суспільної діяльності, а також формулює певні форми закріплення цієї інформації та передачі діючим суб'єктам і наступним поколінням. Це підвищує значущість соціально-комунікаційної сфери діяльності як складової частини суспільного життя.

Історичний розвиток соціально-комунікаційної діяльності вмістив у собі всі її форми: від біологічних звукових і світлових сигналів до сучасної мови; від малюнків до писемності; від радіо і телебачення до комп'ютера. Все різноманіття комунікаційних зв'язків можна подати у трьох основних видах інформаційного обміну, до яких належать: безпосередня взаємодія як прямий контакт, опосередкована, основою якої є спілкування і комунікація; взаємодія між комунікаторами, під час якої відбувається використання будь-якого носія інформації. Соціальна комунікація пройшла шляхом розвитку від технологій використання природних засобів – невербальних (жест, рух, звук, міміка), ручних і машинних технологій відтворення комунікаційного процесу до автоматизованих комп'ютерних технологій. З етапами становлення й розвитку комунікаційних засобів електронної епохи виникли нові можливості відтворення соціальних відносин та нові комунікаційні канали.

Поштовхом щодо формування спеціальної підсистеми соціальної діяльності є процеси інформатизації соціального життя, а саме соціально-комунікаційної сфери діяльності. Особливої уваги в умовах інформаційного суспільства набули комунікативні відносини, що передбачають впевненість у цілях налагодження взаємних стосунків, формування необхідного рівня сприйняття інформації, що передається, розуміння позицій, напрямів, характеру інформації та знань, що передаються. Особливим періодом розвитку соціально-комунікаційної діяльності є епоха електронної комунікації, коли поряд з усною та друкованою, з'являються нові форми комунікації, що в умовах медіа простору мають тенденцію до інтеграції у мультимедійних каналах. Фахівці відзначають зміну в соціально-комунікаційній діяльності відносно трансформації засобів комунікації, а також засобу соціально-комунікаційного виробництва. Зрозуміло, що здійснення цієї діяльності вимагає від її учасників безперервного спілкування, яке стає основним механізмом узгодження можливих цілей та інтересів, координації індивідуальних дій і функцій, визначення характеру стосунків та управління всією діяльністю. Потреба в цьому викликається стрімким і динамічним розвитком комунікаційної сфери суспільства, нагальною необхідністю узгодження методологічного інструментарію комплексу дисциплін, що

традиційно вивчали різні аспекти комунікативної дії та відносин.

Розвиток інформаційного простору суспільства спочатку визначився як простір вільного обігу соціальної інформації, що накопичувалася вже в електронних інформаційних системах. Електронні інформаційні системи конвертували раніше сформований інформаційно-когнітивний ресурс суспільства, представлений в системах документальної комунікації. Соціокультурні процеси пізніше доповнилися новими засобами соціальної взаємодії – мультимедіа, де мова як основа суспільного спілкування, доповнилася невербальними засобами презентації інформації на базі мультимедійних технологій. Трансформація інформаційного простору у медіа простір стала умовою подальших змін акцентів наукового осмислення спілкування на комунікаційний фактор, який сьогодні є визначальним з точки зору пристосування людства до нових соціально-культурних умов життя.

Становлення глобальної соціально-комунікаційної системи суспільства створило умови формування нового соціально-культурного простору життєдіяльності й нового досвіду буття людства. Медіатизація цього простору призводить до інтеграції всіх існуючих раніше комунікаційних каналів, створює нові умови взаємодії представників різних прошарків населення з будь-яких куточків планети, а також надає можливість вільної взаємодії представників різних культур. Спостерігається не лише зміна просторових параметрів комунікаційної сфери суспільства, відбувається часовий трансфер суспільної взаємодії різних поколінь людей. Історія відбувається прямо на очах, майбутнє є вже сьогодні, оскільки часових поясів в комунікаційному просторі дійсного вже не існує. Комунікаційні зв'язки пронизують усю суспільну організацію і залучають практично все населення планети. Мультимедіа та гіпермедіа являють собою сучасні технотронні тексти, що мають лінійну або нелінійну гетерогенну структуру (текст, аудіо, візуальні середовища – графіку, фото, відео, анімацію). Процес медіатизації починає розвиватися задовго до появи перших зображень (знаків, малюнків). Він формується з просторово-часових експериментів зі звуком, що дозволили сформувати складну диференціальну систему розрізень у сприйнятті реальності людиною. Мова йде про розвиток технології управління голосом (мова, спів), регулювання

відносин за допомогою сигнальної атрибутики (форми соціального зв'язку). Супутні їм процеси розвитку свідомості дозволили сформувати складні системи координаційних зв'язків – від фонематичного слуху, що лежить в основі сучасних лінгвістичних практик, до комплексу просторових орієнтацій і переживань, які лежать в основі художньої комунікації.

Сучасний комунікаційний простір ставить актуальні завдання соціально-комунікаційної діяльності як суспільно-історичної практики. Її відзнаками є організаційні структури, функціональний розподіл між різними підсистемами соціально-комунікаційної системи суспільства, єдиний технологічний базис, система норм, правил та інформаційного права, виконання яких входить до сфери професійної етики, система управління, яка визначена об'єктами, суб'єктами, цілями та завданнями, наявністю кадрового корпусу. Соціально-комунікаційна діяльність пронизує усі сфери суспільного життя, змінюючи традиційні ролі учасників комунікаційного процесу.

Інститут соціальних комунікацій в наш час є історично сформованою сферою соціальної практики як засіб і результат цілеспрямованого впливу на соціальні відносини за допомогою організації руху соціальної інформації і знань. Інститут соціальних комунікацій від простих форм задоволення соціальних потреб в інформації розвивається у складно організовану підсистему суспільства, яка має свої функції, способи й методи праці, напрями діяльності, усталені взаємини всередині та за її межами, сукупність організацій, норм їх функціонування, інтегрованих в правове поле суспільних відносин, органи управління, кадровий корпус, усталені науково-теоретичні основи функціонування, підготовку кадрів, управління відповідно тенденцій соціокультурного розвитку суспільства.

Вивчення поступового процесу розвитку соціально-комунікаційної діяльності дозволяє простежити, як поява нових комунікаційних явищ наслідують природно-штучні зв'язки та реалії соціальних відносин, в основі яких лежать механізми формування людини і суспільства. Про це свідчить історія формування середовищних характеристик комунікаційного простору, що стає найактуальнішим напрямом досліджень комунікаційної сфери. Важливість цього напрямку посилюється тим, що цей простір сприймається дослідниками як умови життєдіяльності сучасної людини і суспільства в цілому.

Тому можна вважати, що перетворення у зовнішньому контурі соціально-комунікаційної діяльності мають бути включені до розгляду в якості суспільно-історичної практики. Це має практичний сенс з точки зору аналізу комунікаційної ситуації в Україні при виборі шляхів цивілізаційного розвитку, побудови інформаційного суспільства, поширення демократичних основ його функціонування. Практичне значення поглиблення уявлень про соціально-комунікаційну діяльність зумовлюється потребами організаційно-технологічного плану, управлінням комунікаціями, регулюванням комунікаційних відносин на різних рівнях суспільної комунікації, що вже отримали певного рівня узагальнень. Такі узагальнення комунікаційного досвіду включають не лише процеси системної інтеграції соціально-комунікаційної сфери, а й комунікативні практики, що складаються в окремих її підсистемах: освіті, науці, зв'язках з громадськістю, мас-медіа, музейній та архівних сферах, бібліотечній справі, в сферах маркетингової та рекламної комунікації, в бізнесі, мистецтві. Зроблені у роботі узагальнення з історико-еволюційних етапів розвитку соціально-комунікаційної діяльності, послідовності трансформацій технологій здійснення комунікаційної дії та моделей комунікаційного процесу створюють для цього необхідні теоретико-методологічні підвалини.

На нашу думку, такий підхід до розгляду комунікаційних явищ отримує необхідного обґрунтування з точки зору факторів, що мають єдину природу і практичне вираження вже не лише на рівні галузевих соціально-комунікаційних досліджень, а й на рівні загальної соціальної комунікаційної системи. Потреба в цьому зумовлюється ситуацією, що виникла в умовах поширення практик соціально-комунікаційної діяльності на всю сферу соціальної діяльності і на буття людини в умовах нової медійної культури. Про це свідчить і той факт, що до сфери комунікаційної діяльності залучено майже все населення планети. Це ставить питання про необхідність розробки, прийняття і впровадження в Україні національної програми медіа освіти, перші кроки до якої вже зроблені, але потребують змістовної доробки і консолідації зусиль спільноти професійних комунікаторів та стратегічної підтримки з боку держави. Така програма має охопити всі рівні освіти і підвищення кваліфікації в усіх галузях суспільної діяльності.

Поширення соціально-комунікаційної діяльності на всі сфери суспільного життя значно змінило його соціально-психологічний стан. По-перше, все більше людей досить критично ставляться до комунікативного впливу та до змісту інформації, отримуваної від засобів масової комунікації. По-друге, належна логічність і аргументація інформаційних повідомлень істотно посилює їх сприйняття аудиторією та рівень довіри до них. По-третє, основні проблеми соціальної комунікації тісно пов'язані з загальними проблемами суспільного життя. Тому демократизація, становлення і розвиток громадянського суспільства активно сприятимуть активізації участі людей у соціальних процесах, інтенсифікації комунікаційної діяльності. Крім того, можна додати зростаючу незадовільність якістю подання інформації у глобальній мережі Інтернет, сумнівне використання принципу загальнодоступності як загального досвіду.

Виявлення і вивчення досвіду комунікаційної діяльності в межах всіх її підсистем у масштабі соціально-комунікаційної системи суспільства стає магістральним напрямом роботи професійних комунікаторів. Слід підкреслити, що готових рецептів успішного виконання представниками різних комунікаційних інституцій не існує. Звідси виходить питання аналізу процесів професіоналізації комунікаційних кадрів в Україні, де існує своя специфіка системи підготовки. На сьогодні ми маємо досить розгалужену, диверсифіковану структуру, що майже не перетинається за змістом, професійно-кваліфікаційними характеристиками тощо. Відсутня певна узгодженість професійно-етичних концепцій, норм та правил поведінки. Відчувається певна конкуренція між представниками різних підсистем соціально-комунікаційної сфери за лідерство у теоретичних, практичних, ментально-когнітивних, соціально-культурних статусах і свою вагомість в соціумі.

Узгоджені уявлення про соціально-комунікаційну діяльність, системна її характеристика як єдиної підсистеми суспільства впливають на створення її суспільного іміджу. Відчувається потреба у посиленні уваги представників цієї сфери щодо використанні професійної мови, розуміння ролей всіх суб'єктів комунікаційної діяльності, відповідальності за наслідки та результати своєї праці. Самі представники соціально-комунікаційної сфери мають формувати у суспільстві нові погляди на соціально-комунікаційну діяльність і відповідне

ставлення до неї, підвищувати соціокультурний статус своєї діяльності. Велике значення при цьому має формування етики професійних комунікаторів.

Зазначимо, що сучасна соціально-комунікаційна ситуація потребує консолідованих зусиль всього суспільства з усвідомлення масштабних змін у комунікаційному просторі. У реалізації намагань загального цивілізаційного розвитку набуває значення адаптація до нових умов життєдіяльності, що є опосередкованою глобальними комунікаційними зв'язками у мінливому, мультимодальному, загальнодоступному віртуальному просторі. Така адаптація відбувається в умовах технологічної, інформаційної, когнітивної нерівності комунікаційного простору, що породжує додаткові проблеми соціальної взаємодії. Широка масовізація комунікаційної сфери суспільства, зокрема її віртуального сегменту, надає цьому процесу характер заселення Інтернет простору новими мешканцями, що утворюють свої спільноти, функціонування яких має свої особливості. Інформація, що генерується в мережі, втрачає певну авторську ідентифікацію, тяжіє до творчої свободи. При цьому зростає значення регулювання контенту, оскільки свобода мережевої інформаційної творчості не означає безвідповідальності. Тому сфера законодавчої, регуляторної політики у соціально-комунікаційній сфері зберігається, стає більш динамічною і консолідованою.

Опанування нового соціально-комунікаційного простору вимагає розробки чітких його характеристик та механізму реалізації на всіх рівнях функціонування системи соціальних комунікацій суспільства. В цьому, за нашим переконанням, приховано великий потенціал саморозвитку нової цивілізаційної культури, впровадження необхідного рівня захисту інтересів всіх учасників соціально-комунікаційних процесів, особливості соціально-психологічного навантаження комунікаційної діяльності суб'єктів комунікаційної діяльності.

Зовнішні обставини функціонування соціально-комунікаційної сфери сучасної цивілізації роблять їх найактуальнішим об'єктом спостережень, вивчення, дискусій. Незважаючи на всі неузгодженості, ніхто не заперечує їх значення в якості перспективної сфери розв'язання багатьох суперечностей розвитку суспільства. При цьому сама соціально-комунікаційна сфера суспільства зазнає великих змін у своєму внутрішньому устрої. Змінюється її організаційна структура,

функціональні навантаження, цілі, технології, моделі управління. З'являються нові професії та спеціалізації професійних комунікаторів, попит на яких постійно зростає. І це відбувається з випередженням пропозицій професійних освітніх структур. Той факт, що в комунікаційні відносини втягуються все нові й нові люди, які отримують необхідні навички роботи з комунікаційною технікою, стають постійними мешканцями віртуального комунікаційного простору, вимагає від професійних комунікаторів об'єднання зусиль з вирішення актуальних завдань узагальнення теоретичного і практичного досвіду своєї професії. Інтеграційні процеси в соціально-комунікаційній сфері створюють для цього необхідні умови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абакирова, Т. П. Социально-психологические факторы формирования коммуникативных свойств личности [Текст] : дис. канд. психол. наук / Т. П. Абакирова. — Новосибирский гос. пед. ун-т. — Новосибирск, 2000. — 191 с.
2. Абдеев, Р. Ф. Философия информационной цивилизации [Текст] : учеб. пособие. / Р. Ф. Абдеев. — М.: ВЛАДОС, 1994. — 336 с.
3. Абрамов, Р. Н. Сетевые структуры и формирование информационного общества [Текст] / Р. Н. Абрамов // Социологические исследования. — 2002. — № 3. — С. 133-140.
4. Аверченко, Л. К. Имидж и личностный рост [Текст] : учеб. пособие / Л. К. Аверченко; Новосибирская гос. акад. экономики и упр. — Новосибирск : НГАЭиУ, 1999. — 146 с.
5. Агеев, В. Н. Семиотика [Текст] / В. Н. Агеев. — М. : Весь мир, 2002. — 256 с.
6. Азбука коммуникации в сфере здравоохранения [Текст] : метод. рекомендации, 2010 / [Центр общественного здоровья Северной Карелии ; под ред. Туула Копонен ; соавт. : А. Партанен, Л. Белая, Д. Трофимова, Ю. Веселова]. — Йоэнсуу-Петрозаводск, 2010. — 24 с.
7. Азроянц, Э. А. Глобализация как процесс [Электронный ресурс] / Э. А. Азроянц // Циклы истории. — Режим доступа : http://ss.xsp.ru/st/001/index_1.php
8. Акаймова, А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація [Текст] / А. Акаймова // Віче. — 2011. — № 22. — С. 2-5.
9. Акаймова, А. Політична реклама як процес комунікації [Текст] / А. Акаймова // Віче. — 2011. — № 6. — С. 2-3.
10. Акопян, Д. А. Киберпреступления в информационной инфраструктуре общества (Обзор) [Текст] / Д. А. Акопян, А. Д. Еляков // НТИ. Сер. 1. — 2009. — № 12. — С. 1-13.
11. Андрусак, О. І. Особливості бізнес-комунікацій у системі міжнародних економічних відносин [Текст] / О. І. Андрусак // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 12. — С. 26-35.
12. Андрущенко, М. Ю. Невербальні способи телекомунікації [Текст] / М. Ю. Андрущенко // Наукові записки Ін-ту журналістики : наук. зб. Т. 45. — К., 2011. — С. 96-100.
13. Антошкин, В. Н. Коммуникативное общество и законы его эволюции [Текст] / В. Н. Антошкин, Г. Г. Муфтаев // Информационно-коммуникативные технологии управления :

- монографія / В. Н. Антошкин, Г. Г. Муфтаев. — М. : РГТУ, 2004. — С. 16-50.
14. Арістова, А. Міжконфесійні відносини у формах її вияву [Текст] / А. Арістова // Релігійна панорама. — 2008. — № 12. — С. 76-78.
15. Арнольдov, А. И. Информация общечеловеческая культурная ценность [Текст] / А. И. Арнольдov // Проблемы информ. культуры : сб. статей. Вып. 3. : Информ. мировоззрение и информ. культура. — М.: МГУК, 1996. — С. 13-24.
16. Аронсон, Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление [Текст] / Э. Аронсон, Э. Пратканис. — СПб. : Прайм-Еврознак, 2002. — 384 с.
17. Аршинов, В. И. Методология сетевого мышления: феномен самоорганизации [Текст] / В. И. Аршинов, Ю. А. Данилов, В. В. Тарасенко // Онтология и эпистемология синергетики. — М.: ИФ РАН, 1997. — С. 101-117.
18. Асафьев, Б. В. Музыкальная форма как процесс [Текст] / Б. В. Асафьев. — Л.: Музыка, 1971. — 376 с.
19. Астафьева, О. Н. Межкультурный диалог в условиях глобализации: проблемы теории и практики [Текст] / О. Н. Астафьева // Межкультурный и межрелигиозный диалог в целях устойчивого развития. — М. : Изд-во Рос. акад. гос. службы, 2008. — С. 120-138.
20. Афанасьев, Д. М. Формування медіаграмотності молоді в Словаччині та Україні: порівняльний аналіз [Електронний ресурс] / Д. М. Афанасьев // Соціологія майбутнього : Електронний наук. журн. з проблем соціології молоді та студентства. — 2010. — № 1. — Режим доступу : http://www.sociology.kharkov.ua/socio/index.php?option=com_content&task=view&id=230&Itemid=108
21. Бабаева, Ю. Д. Одаренный ребенок за компьютером [Текст] / Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский. — М. : Сканрус. — 2003. — 336 с.
22. Бакиров, В. С. Коммуникативная природа пространственно-временных характеристик социума [Текст] / В. С. Бакиров // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — №.2 — С.101.
23. Балыкина, Г. А. Коммуникативная этика как главный принцип практического управленческого дискурса [Электронный ресурс] / Г. А. Балыкина. — Режим доступа : <http://www.pags.ru/science/conferences/E-Conference/balikina.doc>.
24. Балымов, И. Л. Интернет как виртуальная коммуникационная

- среда [Текст] / И. Л. Балымов // Сборник науч. тр. КФ ПетрГУ. — Апатиты, 2005. — Вып. 1. — С. 134-138.
25. Барбрук, Р. Калифорнийская идеология [Электронный ресурс] / Р. Барбрук, Э. Камерон. — Режим доступа : <http://www.zhurnal.ru/4/calif0.htm>.
26. Бард, А. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма [Текст] : пер. с швед. / А. Бард, А., Я. Зодерквист. — СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. — 252 с.
27. Барлоу, Дж. П. Экономика сознания в глобальной Сети [Электронный ресурс] / Дж. П. Барлоу. — Режим доступа : <http://www.russ.ru/netcult/99-03-26/barlow.htm>.
28. Бацевич, Ф. С. Основы комунікативної лінгвістики [Текст] : підручник / Ф. С. Бацевич. — К. : Академія, 2004. — 342 с.
29. Бебик, В. М. Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в Інтернеті [Текст] / В. М. Бебик // Практична психологія та соціальна робота. — 2007. — № 5. — С. 28-37.
30. Бебик, В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз [Текст] : монографія / В. М. Бебик. — К. : МАУП, 2005. — 440 с.
31. Бебик, В. М. Соціальні комунікації та їх роль у функціонуванні суспільної сфери [Текст] / В. М. Бебик // Бібліотека ВНЗ на новому етапі розвитку соц. комунікацій : монографія / за ред. В. О. Ільганаєвої, Т. О. Колесникової. — Донецьк. — 2010. — С. 6-30.
32. Бедринская, И. В. Корпоративная культура: коммуникационные парадигмы [Текст] / И. В. Бедринская // Вестник моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2007. — № 4. — С. 6-11.
33. Бек, У. Что такое глобализация? (Ошибки глобализма – ответы на глобализацию) [Текст] / У. Бек ; пер. с нем. А. Григорьева и В. Седельника. — М. : Прогресс-Традиция, 2001. — 304 с.
34. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования [Текст] : пер. с англ. / Д. Белл. — 2-е изд. испр. и доп. — М.: Academia, 2004. CLXX. — 788 с.
35. Беляева, Е. В. В поисках теоретических обоснований экологической этики [Текст] / Е. В. Беляева // Экологический вестн. — 2008. — № 3 (6). — С. 10-14.
36. Беляева, Е. В. Коммуникативная этика и этика общения

[Электронный ресурс] / Е. В. Беляева // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., 29—31 марта 2012 г., Минск. — Минск : Изд. центр БГУ, 2012. — Режим доступа : <http://elib.bsu.by/handle/123456789/18040>.

37. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости [Текст] / В. Беньямин ; предисл., сост, пер. и примеч. С. А. Ромашко. — М. : Культур. центр им. Гете; Медиум. — 240 с.

38. Берегова, О. М. Комунаційні аспекти культурної політики незалежної України [Текст] / О. М. Берегова // Культура і сучасність. — 2004. — № 2. — С. 49-58.

39. Березенко, В. В. Процессы институализации в сфере связей с общественностью: украинские реалии и перспективы [Электронный ресурс] / В. В. Березенко // Современные исследования соц. проблем (электрон. науч. журн.). — 2012. № 12 (20). — Режим доступа : <http://sisp.nkras.ru/ru/issues/2012/12/berezenko.pdf>.

40. Березенко, В. В. Формування корпоративної культури як напрям PR-діяльності закладу освіти [Текст] / В. В. Березенко // Наукові записки Ін-ту журналістики : наук. зб. — К., 2010. — Т. 41. — С. 49-52.

41. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход [Текст] / Дж. Бернет, С. Мориарти ; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб. : Питер, 2001. — 864 с.

42. Бехманн, Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний [Текст] / Г. Бехманн ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского [и др.]]. — М. : Логос, 2010. — 247 с.

43. Биркенбил, В. Язык интонации, мимики, жестов [Текст]. / В. Биркенбил. — СПб. : Питер, 1997. — 224 с.

44. Біличенко, О. Функціональні особливості художньої літератури в системі соціальної комунікації [Текст] / О. Біличенко // Вісник Книжк. палати. — 2011. — № 2. — С. 47-50.

45. Біличенко, О. Л. Художня література в інформаційно-комунаційному просторі сучасності [Текст] : монографія / О. Л. Біличенко. — Слов'янськ : СДПУ, 2012. — 351 с.

46. Благовірна, Н. Б. Галактика Гутенберга чи галактика Інтернету? [Текст] / Н. Б. Благовірна // Вісник Харківського нац. ун-та ім. В. Н. Каразіна. Сер. Соціальні комунікації — 2011 — Вип. 33, № 968 — С. 6-10.

47. Бландел, Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху информации. [Текст] / Р. Бландел. — СПб. : Питер, 2000. — 384 с.
48. Божко, Н. М. Методичні матеріали для самостійного опрацювання курсу «Філософські проблеми людського спілкування і трансформація суспільства» [Текст] : метод. матеріал / Н. М. Божко, О. С. Дьолог, Н. І. Моїсєєва ; ХНТУСГ ім. П. Василенка. — 2-е вид., перероб. і доп. — 2006. — 95 с.
49. Бондаренко, С. В. Киберэтика и сетевые сообщества (молодежный аспект проблемы с точки зрения американских социологов и психологов) [Текст] / С. В. Бондаренко // Социальные и психол. последствия информ. технологий : материалы междунар. Интернет-конференции / под ред. А. Войскунского. М., 2001. — С. 243-252.
50. Бондаренко, С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ [Текст] : дис. д-ра социол. наук / С. В. Бондаренко. — Ростов на Дону, 2004. — 396 с.
51. Бондаренко, С. В. О социологии виртуальных сетевых сообществ [Текст] / С. В. Бондаренко // Технологии информ. о-ва – Интернет и соврем. о-во : труды VII Всерос. объединенной конф., Санкт-Петербург, 10-12 нояб. 2004 г. — СПб., 2004. — С. 7-8.
52. Бориснев, С. В. Социология коммуникаций [Текст] : учеб. пособие / С. В. Бориснев. — М., 2003. — 128 с.
53. Борисова, Е. А. Эффективные коммуникации в бизнесе [Текст] / Е. А. Борисова. — СПб.: Питер, 2005. — 208 с.
54. Бородкин, Л. И. Приоритеты современной исторической информатики: технологии e-Science [Электронный ресурс] / Л. И. Бородкин // Круг идей: междисциплинар. подходы в ист. информатике : труды X конф. Ассоциации «История и компьютер». — Режим доступа : <http://aik-sng.ru/text/krug/8/5-15.pdf>.
55. Брагина, Л. И. Архивоведение [Текст] : учеб. пособие / Л. И. Брагина, Н. И. Ходарковский ; Моск. гос. ин-т культуры. — М., 1994. — 68 с.
56. Брайант, Д. Принципы успешной информационной кампании [Текст] / Д. Брайант // Менеджмент и менеджер. — 2007. — № 3. — С. 56-63.
57. Брайчевский, С. М. Современные информационные потоки: актуальная проблематика [Текст] / С. М. Брайчевский, Д. В. Ландэ // НТИ. Сер.1. — 2005. — № 11. — С. 21-33.
58. Браславский, П. И. Технология виртуальной реальности как

- феномен культуры XX-XXI веков: [Текст] : автореф. дис. ... канд. филос. наук / П. И. Браславский // Уральский гос. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во УГУ, 2003. – 26 с.
59. Бриттни, Л. E-mail и деловая переписка. [Текст] / Л. Бриттни. — М. : АСТ - Астрель, 2004. — 189 с.
60. Бродель, Ф. Грамматика цивилизаций. [Текст] : пер. с фр. / Ф. Бродель. — М. : Весь Мир, 2008. — 552 с.
61. Бродецкий, А. Я. Внеречевое общение в жизни и в искусстве. Азбука молчания [Текст] / А. Я. Бродецкий. — М. : Владос, 2000. — 192 с.
62. Бубер, М. Я и Ты [Текст] / М. Бубер // Два образа веры. — М. : Республика, 1995. — 464 с.
63. Буданцев, Ю. П. Социология массовой коммуникации [Текст] / Ю. П. Буданцев. — М. : МНЭПУ, 2007. — 142 с.
64. Буева, Л. П. Человек: деятельность и общение [Текст] / Л. П. Буева. — М. : Мысль, 1978. — 216 с.
65. Булатов, Д. Патент на жизнь [Электронный ресурс] / Д. Булатов. – Режим доступа : http://www.evarussia.ru/eva2002/russian/dok_433.html.
66. Булка, Н. І. Ресурси соціального інтелекту: адаптивність, комунікативність, креативність [Текст] / Н. І. Булка // Практична психологія та соц. робота. — 2004. — № 6. — С. 43-53.
67. Бурдьё, П. Поле литературы [Текст] / П. Бурдьё ; пер. с фр. М. Гронаса. — М. : Ин-т эксперим. социологии. — Спб. : Алетейя, 2005. — 360 с.
68. Бурдьё, П. Социальное пространство: поля и практики [Текст] : пер. с фр. / П. Бурдьё ; отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н. А. Шматко. — М. : Ин-т эксперим. социологии ; СПб. : Алетейя, 2005. — 576 с.
69. Буррио, Н. Эстетика взаимодействия [Электронный ресурс] / Н. Буррио. — Режим доступа : www.guelman.ru/xz/xx53/xx5317.htm.
70. ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. [Текст] / Т. А. ван Дейк. — Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. — 308 с.
71. Василенко, Л. А. Трансформация информационной культуры в постиндустриальном обществе [Текст] / Л. А. Василенко, И. Н. Рыбакова // Информационная культура в системе гос. упр. : монография / Л. А. Василенко, И. Н. Рыбакова. — М. : РАГС, 2004. — С. 29-52.

72. Васильев, О. А. Институционализация СМИ в глобализирующемся социуме [Текст] : автореф. дис. ... канд. соц. наук / О. А. Васильев ; Краснодарский ун-т МВД России. – Краснодар, 2007. – 29 с.
73. Васильев, С. С. Формирование нравственного самосознания в современном коммуникационном пространстве [Текст] / С. С. Васильев // Историческая и социально-образоват. мысль. — 2010. — № 3. — С. 22-25.
74. Ваттимо, Дж. Прозрачное общество [Текст] / Дж. Ваттимо ; пер. с итал. Д. Новикова. — М. : Логос, 2002. — 128 с.
75. Вин, Дж. Искусство web-дизайна [Текст] : самоучитель / Дж. Вин. — СПб. : Питер, 2002. — 224 с.
76. Винер, Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине [Текст] / Н. Винер ; пер. с англ. И. В. Соловьева и Г. Н. Поварова ; под ред. Г. Н. Поварова. — 2-е изд. — М. : Наука; Глав. ред. изданий для зарубеж. стран, 1983. — 344 с.
77. Винская, Л. А. Деонтология журналистики: от Ломоносова до информационного общества XXI века [Электронный ресурс] / Л. А. Винская. — Режим доступа : <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/2296xxi>.
78. Витгенштейн, Л. Философские исследования [Текст] / Л. Витгенштейн // Философские исследования // Новое в зарубеж. лингвистике. — М., 1985. — Вып. XVI. — С. 79-128.
79. Владимиров, Л. И. Всеобщая история книги: Древ. мир. Средневековье. Возрождение. XVII в. [Текст] / Л. И. Владимиров. — М. : Книга, 1988. — 310 с.
80. Власенко, Ф. В. Особливості соціалізації індивіда в умовах інформаційного суспільства (соціально-філософський аналіз) [Текст] : автореф. ... канд. філос. наук, спец.: соціальна філософія та філософія історії / Ф. П. Власенко. — К. : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2008. — 18 с.
81. Воеводина, Л. П. Теория музыкальной коммуникации (в теоретическом наследии В. В. Медушевского) [Электронный ресурс] / Л. П. Воеводина // Філософські дослідж. : зб. наук. пр. — 2010. — Вип. 12, ч. 1. — Режим доступа : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/mz/2010_17.
82. Воинова, Е. А. Медиатизированная политическая коммуникация: способ медийного искажения политики или способ организации дискурса? [Текст] // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2006. — № 6. — С. 6-10.
83. Войсунский, А. Е. Психологическая характеристика

- потенциально негативных последствий применения компьютерных технологий [Текст] / А. Е. Войскунский // Молодежь в компьютерно-игровых и Интернет-центрах : сб. метод. материалов. — М. : АРКЦентр, 2004. — С. 33—37.
84. Войскунский, А. Е. Актуальные психологические проблемы кибер-этики [Электронный ресурс] / А. Е. Войскунский, А. И. Нуфтелев // Гуманитарная информатика. — 2007 — Вып. 3. — Режим доступа : http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/4/ voy_naf.htm.
85. Волков, А. А. Курс русской риторики [Текст] / А. А. Волков. — М. : Изд-во храма св. муч. Татианы, 2001. — 480 с.
86. Волкова, В. Н. Информационная система [Текст] / В. Н. Волкова, Б. И. Кузин // Системный анализ и принятие решений : словарь-справочник. Учеб. пособие для вузов / под ред. В. Н. Волковой, В. Н. Козлова. — М. : Высш. шк., 2004. — 616 с.
87. Володина, Л. В. Деловое общение и основы теории коммуникации [Текст] : учеб. пособие / Л. В. Володина, О. К. Карпухина. — СПб. : ГУТ. — 2002. — 56 с.
88. Выготский, Л. С. Психология развития человека [Текст] / Л. С. Выготский — М. : Изд-во Смысл ; Эксмо, 2005. — 1136 с.
89. Галкин, Д. В. Виртуализация опыта в культуре постмодерна: метаморфозы дискурсивного ландшафта [Текст] : автореф. дис... канд.филос. наук. / Д. В. Галкин – Томск, ТГУ, 2002. – 26 с.
90. Галкин, Д. В. Компьютерные игры как феномен современной культуры: исследования техно-художественных гибридов [Текст] / Д. В. Галкин // Гуманитарная информатика. – Томск : Изд-во ТГУ, 2007. — Вып. 3. — С. 38-50.
91. Галкин, Д. В. Наступление глобального поп-капитализма или уроки креативной экономики? [Текст] / Д. В. Галкин // Сб. статей по итогам конф. «Российско-американские отношения в условиях глобализации». — М. : Ин-т Кеннана, 2005. — С. 204-213.
92. Галкин, Д. В. Техно-художественные гибриды или произведение искусства в эпоху его компьютерного производства (V.1.0) [Текст] / Д. В. Галкин // Гуманитарная информатика. — Томск : Изд-во ТГУ, 2007. — Вып. 4. — С. 22-38.
93. Галуза, А. В. Трансформація функцій медіа [Текст] / А. В. Галуза // Світ соціальних комунікацій. — 2011. — Т. 1 — С. 115-118.
94. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И. Р. Гальперин. — М. : КомКнига. — 2009. — 56 с.

95. Гальперин, И. Р. Информативность единиц языка [Текст] / И. Р. Гальперин. — М., 2004. — 307 с.
96. Гельб, И. Е. Опыт изучения письма (Основы грамматики) [Текст] / И. Е. Гельб ; пер. с англ. Л. С. Горбовицкой, И. М. Дунаевской ; ред. и предисл. И. М. Дьяконова. — М. : Радуга, 1982. — 366 с.
97. Гельман-Виноградов, К. Б. Документальная память ноосферы как новый объект познания (к постановке проблемы) [Текст] / К. Б. Гельман-Виноградов // Междунар. форум по информации и документации. — 1992. — Т. 17. — № 1. — С. 8-16.
98. Гендина, Н. И. Библиотеки и «многократная грамотность» [Текст] : обсуждение проблем информ. грамотности на 75-й Генер. Конф. ИФЛА «Библиотеки создают будущее, основываясь на культурном наследии» (Милан, 2009) / Н. И. Гендина // Библиосфера. — 2010. — №2. — С. 13-22.
99. Герасимова-Персидская, Н. А. О Новых смыслах современной музыки [Текст] / Н. А. Герасимова-Персидская // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2010. — № 3 — С. 172-177.
100. Гиляревский, Р. С. Информационная культура в высшей школе [Текст] / Р. С. Гиляревский // НТИ. Сер. 1. — 2007. — № 2. — С. 18-22.
101. Глушков, В. М. Основы безбумажной информатики [Текст] / В. М. Глушков. — М. : Наука, Глав. ред. физико-мат. лит., 1982. — 552 с.
102. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация [Текст] : учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина ; под ред. проф. О. Я. Гойхмана. — М. : ИНФРА-М, 2003. — 272 с.
103. Горовий, В. М. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства [Текст] : [монографія] / В. М. Горовий ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — Київ : НБУВ, 2005. — 296 с.
104. Горохов, В. М. Идентификация PR в сфере информационной деятельности [Текст] / В. М. Горохов // Библиотека в эпоху перемен. — 2005. — № 4. — С. 51-53.
105. Горошко, Е. И. Психолингвистика Интернет-коммуникаций [Текст] / Е. И. Горошко // Вопросы психолингвистики. — 2008. — Вып. 7. — С. 5-11.
106. Горючева, Т. Инвариант «монтажа аттракционов» Сергея Эйзенштейна [Электронный ресурс] / Т. Горючева. — Режим доступа : http://www.tvgallery.ru/open_theory/isaev.htm

107. Грайс, Г. П. Логика и речевое общение [Текст] / Г. П. Грайс // Новое в зарубеж. лингвистике. – Вып. 16. — М. : Прогресс, 1970. — С. 217-238.
108. Грачев, М. Н. Политическая коммуникация [Текст] : учеб.-метод. пособие / М. Н. Грачев. — М. : ГОУ ВПО «Российский ун-т дружбы народов», Межвуз. центр инноватики и социально-проект. технологий в упр., 2010. — 32 с.
109. Гречихин, В. Г. Управление социальными коммуникациями [Текст] : курс лекций / В. Г. Гречихин, П. В. Агапов. — М. : «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2009. — 320 с.
110. Гриценко, Т. Б. Етика ділового спілкування: [Текст] : навч. посіб. / Т. Б. Гриценко, С. П. Гриценко, Т. Д. Іщенко, Т. Ф. Мельничук, Н. В. Чуприк, Л. П. Анохіна. — К. : Центр учб. літ., 2007. — 344 с.
111. Гройс, Б. Искусство утопии [Текст] / Б. Гройс. — М.: Прагматика культуры, 2003. — 324 с.
112. Гройс, Б. Порабощенные боги: кино и метафизика [Текст] / Б. Гройс // Искусство кино. — 2005. — № 9. — С. 77-88.
113. Гройс, Б. Утопия и обмен [Текст] / Б. Гройс. — М. : Знак, 1993. — 374 с.
114. Громов, Г. Р. Очерки информационной технологии [Текст] / Г. Р. Громов. — М. : Инфоарт, 1992. — 336 с.
115. Громова, Н. М. Межкультурное деловое общение в сфере межнационального сотрудничества [Текст] / Н. М. Громова // Внешнеэкономический бюллетень. — 2001. — № 10. — С. 64-69.
116. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации [Текст] : учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. Л. Садохин ; под ред. А. П. Садохина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 352 с.
117. Гужва, А. П. Симфония как образ мира [Текст] / А. П. Гужва // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2010. — № 3. — С. 185-193.
118. Гуйванюк, Н. Діалектний текст як лінгвокогнітивна одиниця [Текст] / Н. Гуйванюк, Н. Руснак // Українська мова. — 2003. — №2. — С. 102-109.
119. Гулевич, О. А. Психология коммуникации [Текст] / О. А. Гулевич. — М. : Московский психолого-соц. ин-т, 2007. — 384 с.
120. Давидова, І. О. Бібліотечне виробництво в інформаційному суспільстві [Текст] / І. О. Давидова. — Х. : ХДАК, 2005. — 295 с.
121. Даніліян, В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціофілософський аналіз) [Текст] :

- автореф. дис... канд. філос. наук / В. О. Даніл'ян ; Харківський ун-т повітр. сил ім. І. Кожедуба. – Х., 2006. – 19 с.
122. Даренский, В. Ю. Диалог как феномен социальной самоорганизации [Текст] / В. Ю. Даренский // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. – 2010. — № 3. — С. 63-70.
123. Дворкина, М. Я. Информационное обслуживание: социокультурный поход [Текст] / М. Я. Дворкина ; МГУКИ. — М. : Профиздат, 2001. — 111 с.
124. Дебор, Г. Общество спектакля [Текст] / Г. Дебор ; пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. – М.: Логос, 1999. — 224 с.
125. Демченко, С. В. Методологічні проблеми вивчення соціальної комунікації як особливого типу інформаційно-комунікативних обмінів [Текст] / С. В. Демченко // Соціальні комунікації сучас. світу : наук., теорет. зб. / гол. ред. О. М. Холод. — 2009. — С. 173-176.
126. Деррида, Ж. О грамматиологии [Текст] / Ж. Деррида ; пер. с фр. и вступ. ст. Н. Автономовой. — М. : Ad Marginem, 2000. — 512 с.
127. Дианова, В. М. Искусство как моделирование картин мира [Текст] / В. М. Дианова // Методология гуманитар. знания в перспективе XXI века. — Вып. 12. — СПб. : С.-Петербург. филос. о-во. — 2001. — С. 290—294.
128. Дніпренко, Н. Запровадження комунікативної політики – об'єктивний виклик часу [Електронний ресурс] / Н. Дніпренко // Комунікація. — 2010. — № 1. — Режим доступу : URL:http://issuu.com/the_communication/docs/issuu_1
129. Документы ЮНЕСКО о построении информационного общества [Текст] // Вестн. БАЕ. — 2005. — № 2. — С. 6-26.
130. Драгомирецька, Н. М. Комунікативна діяльність в державному управлінні: теоретико-методологічний аспект [Текст] : автореф. дис ... д-ра наук з держ. упр. : 25.00.01 : / Н. М. Драгомирецька, НАДУ при Президентіві України. – К., 2007. – 36 с.
131. Драгомирецька, Н. М. Методи побудови комунікативного проекту створення сильної громади через ЗМІ [Текст] / Н. М. Драгомирецька, І. Васильєва, Є. Брущенко // Вісник Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України. — 2008. — Т. 4. — С. 125-132.
132. Драгомирецька, Н. М. Теоретико-методологічні основи вимірювання ефективності комунікативної діяльності

- державного службовця [Текст] : монографія / Н. М. Драгомирецька – О. : ВидавІнформ ОНМА, 2006. — 184 с.
133. Дридзе, Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации [Текст] / Т. М. Дридзе. — М. : Наука, 1984. — 268 с.
134. Душков, Б. А. Психосоциология менталитета и нооменталитета [Текст] / Б. А. Душков. — Екатеринбург : Деловая кн., 2002. — 440 с.
135. Дятлов, С. А. Международное информационное право в системе институтов глобального информационного общества [Текст] / С. А. Дятлов // Материалы XIII Всерос. объедин. конф. «Интернет и современное общество». СПб., 2010. — С. 26—31.
136. Евлампиев, И. И. Два измерения интерпретации [Текст] / И. И. Евлампиев // Метафизические исследования. Вып. 1. Понимание. — СПб. : Изд-во СПбГУ, 1997. — С. 138-152.
137. Егорова, Ю. А. Информационная культура как фактор социализации [Электронный ресурс] / Ю. А. Егорова — Режим доступа : http://mdgu-kid.at.ua/publ/informacionnaja_kultura_kak_faktor_socializacii/1-1-0-70.
138. Елизаветина, Т. М. Компьютерные презентации. От риторики до слайд-шоу [Текст] / Т. М. Елизаветина. — М. : Кудиц-образ, 2003. — 240 с.
139. Еляков, А. Д. Информационная перегрузка людей [Текст] / А. Д. Еляков // Социологические исследования. — 2005. — № 10. — С. 114-121.
140. Еляков, А. Д. Современная среда человечества в информационно-компьютерном измерении (опыт аналитической оценки) [Текст] / А. Д. Еляков // НТИ. Сер. 1. — 2009. — № 5. — С. 1-10.
141. Еременко, Е. Д. Киноархивы. Синематеки [Текст] / Е. Д. Еременко // Музей и кино. Музеи кино. — СПб., 2004. — С. 18-23.
142. Єрмошенко, Т. Електронна бібліотека в Українському мовно-інформаційному фонді НДН України: проблеми створення та використання [Текст] / Т. Єрмошенко, Л. Шевченко, В. Широков // Бібл. вісн. — 2000. — № 1. — С. 11-13.
143. Жигалина, Е. А. Рекламная коммуникация как составляющая часть корпоративной коммуникации компании [Текст] / Е. А. Жигалина // Соціальні комунікації сучас. світу : наук., теорем. зб. / Е. А. Жигалина ; гол. ред. О. М. Холод. — 2009. — С. 177-179.

144. Жижек, С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия [Текст] / С. Жижек // Искусство кино. — 1998. — № 1. — С. 119-128.
145. Журин, А. А. Интеграция медиаобразования с курсом химии средней общеобразовательной школы [Текст] / А. А. Журин // Медиаобразование. — 2005. — № 1. — С. 29-52.
146. Заветный, С. А. Без творческого общения нет философии, а без философии нет творческого общения [Текст] / С. А. Заветный // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2009. — № 2. — С. 21-27.
147. Заветный, С. О. Філософські аспекти спілкування та його психології [Текст] : навч.-метод. посіб. / С. О. Заветный, О. С. Пономарьов, С. М. Пазиніч, Н. І. Моїсеєва. — Харків : ХНТУСГ, 2008. — 41 с.
148. Заветный, С. О. Філософія впливу [Текст] : монографія / С. О. Заветный, О. С. Пономарьов, С. М. Пазиніч. — Х. : Видавець Савчук О.О. ; ХНТУСГ, 2011. — 204 с.
149. Задорожний, А. В. Международное информационное право [Текст] : учеб. пособие / А. В. Задорожний, А. В. Пазюк ; Ин-т междунар. отношений Киев. ун-та им. Тараса Шевченко. — К. : Феникс, 2013. — Т. 1. — 2013. — 853 с.
150. Заздравнов, А. П. Диалектика практики и мировоззрения в историческом процессе [Текст] / А. П. Заздравнов. — Х. : ХГИК, 1993. — 215 с.
151. Зайцева, Г. Л. Дактилология. Жестовая речь [Текст] : учеб. пособие / Л. Г. Зайцева. — М. : Просвещение, 1991. — 159 с.
152. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 рр.» [Текст] від. 9 січ. 2007 р. № 537 // Голос України. — 2007. — № 21 (4021). — С. 8-10.
153. Землякова, Е. А. Лингвостилистические характеристики жанра англоязычного корпоративного блога [Текст] : автореф. ... дис. канд. филол. наук / Е. А. Землякова ; Харьковский нац. ун-т им. В. Н. Каразина. — Харьков, 2010. — 21 с.
154. Землянова, Л. М. Глобализация медиасферы и защита ее общественного потенциала в коммуникативистике [Текст] / Л. М. Землянова // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2005. — № 4. — С. 25-38.
155. Зернецька, О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини [Текст] / О. В. Зернецька. — К. : Освіта, 1999. — 351 с.
156. Зернецька, О. В. Головні актори у сфері глобального

управління комунікацією: трансформація функцій та статусів [Текст] / О. В. Зернецька // Політика і час. — 2007. — № 2. — С. 45-48.

157. Зильберман, Н. Н. Использование технологий чат-роботов при формировании говорения в преподавании иностранного языка : на примере русского языка как иностранного начального этапа обучения [Электронный ресурс] / Н. Н. Зильберман. — Режим доступа : <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/4/zil.htm>.

158. Зильберман, Н. Н. Применение технологий компьютерных игр в преподавании иностранного языка (на примере использования технологий sims2. The) [Электронный ресурс] / Н. Н. Зильберман. — Режим доступа : <http://huminf.tsu.ru/jurnal/files/vol5/9-zilberman.pdf>.

159. Зими́на, Л. В. Современные издательские стратегии: от традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти [Текст] : монография / Л. В. Зими́на. — М. : Наука, 2004. — 174 с.

160. Знамцева, О. П. Информационный человек: социально-видовые характеристики [Текст] : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / О. П. Знамцева; Саратовский гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. — Саратов, 2008. — 17 с.

161. Золяк, В. В. Функціональні характеристики контентної конвергенції засобів масової комунікації [Текст] : автореф. дис ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.01 / Вікторія Василівна Золяк ; Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. — К., 2009. — 16 с.

162. Зонтаг, С. Единая культура и новая восприимчивость [Электронный ресурс] / С. Зонтаг. — Режим доступа : <http://www.susansontag.com/againstinterpretation.htm>

163. Зотов, В. В. Информационно-коммуникативные основы институциональных изменений современного российского общества [Текст] : автореф. дис. ... д-ра соц. наук. / В. В. Зотов. — М. : Моск. гос. ун-т им. М. И. Ломоносова, 2009. — 48 с.

164. Зотов, В. В. Информационно-телекоммуникационные технологии и информационно-коммуникативная среда: проблемы дефиниции и взаимосвязи [Текст] / В. В. Зотов // Телекоммуникации. — 2007. — № 5. — С. 46-48.

165. Зотов, В. В. Информационная картина мира и информационно-коммуникативная среда: проблемы взаимосвязи в современном обществе [Текст] / В. В. Зотов, Е. И. Боев // Вопросы культурологии. — 2008. — № 11. — С. 14-16.

166. Зубрицька, М. Homo legens: читання як соціокультурний феномен [Текст] / М. Зубрицька. — Львів : Літопис, 2004. — 352 с.
167. Иванов, В. Н. Массовая коммуникация в условиях глобализации [Текст] / В. Н. Иванов, М. М. Назаров // Социологические исследования. — 2003. — № 10. — С. 20-29.
168. Иванов, В. Н. Основы социального управления [Текст] / В. Н. Иванов, В. И. Патрушев, А. Г. Гладышев. — М. : Высш. шк., 2001. — 271 с.
169. Иванов, В. Ф. Теория когнитивного диссонанса в социальных коммуникациях [Текст] / В. Ф. Иванов // Світ соц. комунікацій. — 2011. — Т. 3. — С. 52-54.
170. Иванов, Д. В. Виртуализация общества [Текст] / Д. В. Иванов. — СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000. — 506 с.
171. Извекова, М. Н. Влияние информационно-коммуникативной среды на становление молодежи как социальной группы в структуре общества [Текст] / М. Н. Извекова // Теория и практика обществ. развития. — 2010. — № 1. — С. 37-48.
172. Измайлова, М. А. Деловое общение [Текст] : учеб. пособие / М. А. Измайлова. — 2-е изд. — М. : Дашков и К°, 2009. — 252 с.
173. Ильганаева, В. А. Влияние информатизации на культурогенез современного общества [Текст] / В. А. Ильганаева // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2004. — № 1. — С. 58-62.
174. Ильганаева, В. А. Гармонизация культурной среды в условиях информационного общества [Текст] В. А. Ильганаева. — Х. : ХДАК. — 1999. — 36 с.
175. Ильганаева, В. А. Социально-культурная динамика в социальной истории: трансформационные основания и тенденции [Текст] / В. А. Ильганаева // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2012. — № 5. — С. 30-36.
176. Ильганаева, В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) [Текст] : словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — Х., КП: «Городская типография», 2009. — 392 с.
177. Иноземцев, В. Л. Современное индустриальное общество: природа, противоречия и перспективы [Текст] / В. Л. Иноземцев. — М. : Логос, 2000. — 330 с.
178. Иноземцев, В. Л. Глобальный конфликт XXI века. Размышления об истоках и перспективах межцивилизационных

- противоречий [Текст] / В. Л. Иноземцев, Е. С. Кузнецова // Полис. — 2001. — № 6. — С. 131-139.
179. Интернет в образовании [Текст] : программа специализир. учебного курса / М. В. Моисеева. — М. : Обучение-Сервис, 2006. — 16 с.
180. Инфосфера: Информационные структуры, системы и процессы в науке и обществе [Текст] / Ю. М. Арский, Р. С. Гиляревский, И. С. Туров, А. И. Черный. — М. : ВИНТИ, 1996. — 489 с.
181. Исаев, А. Концепция коммуникативности [Текст] / А. Исаев // Взгляд с Востока. — М. : MediaArtLab, 2000. — С. 16-21.
182. Исаев, А. Н. Медиа культура, политика и социум [Электронный ресурс] / А. Н. Исаев, О. Шишко // Материалы междунар. симпозиума «Pro&Contra»: медиа сознание / современная культура / медиа технология. — Режим доступа : <http://www.artinfo.ru/eva/EVA2000M/eva-papers/200005/Isaev-R.htm>.
183. Ільганаєва, В. О. Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку [Текст] / В. О. Ільганаєва. — К.: Ред. журн. «Бібл. вісн.», 1996. — 256 с.
184. Ільганаєва, В. О. Інституалізація соціально-комунікаційної сфери суспільства [Електронний ресурс] / В. О. Ільганаєва // Social-Science : укр. наук. журн. — Режим доступу : <http://www.social-science.com.ua/article/33>
185. Ільганаєва, В. О. Інформація та знання в інформаційно-комунікаційних процесах [Електронний ресурс] / В. О. Ільганаєва // Social-Science: укр. наук. журн. — Режим доступу : <http://www.socialscience.com.ua/jornalcontent/91/9afe74f3d90b5a4ed00ed0d5407871f>.
186. Ільганаєва, В. О. Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації [Текст] / В. О. Ільганаєва // Філософія спілкування: філософія, психологія, комунікація. — 2009. — № 1. — С. 148-153.
187. Ільганаєва, В. О. Структуризація інформаційно-когнітивного поля інформаційної політики як технологія підготовки прийняття управлінських рішень [Текст] / В. О. Ільганаєва // Вісник Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2000. — Вип. 2. — С. 77-82.
188. Ільганаєва, В. О. Теоретико-методологічний синтез соціально-комунікаційного знання [Текст] / В. О. Ільганаєва // Філософія спілкування: філософія, психологія, комунікація. — 2009. — № 2. — С. 96-101.
189. Ільченко, І. О. Комунікативна діяльність університету і паблік

- рилейшнз [Текст] : автореф. дис. ... канд. соціол. наук / І. О. Льченко ; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. — Х., 2004. — 20 с.
190. Каган, М. С. Мир общения [Текст] / М. С. Каган // Психология личности. — М. : Политиздат, 1988. — 319 с.
191. Каган, М. С. Человеческая деятельность: опыт системного анализа [Текст] / М. С. Каган. — М. : Политиздат, 1974. — 328 с.
192. Каменская, О. Л. Текст и коммуникация [Текст] / О. Л. Каменская. — М. : Высш. шк., 1990. — 152 с.
193. Каныгин, Ю. М. Введение в социальную когнитологию [Текст] / Ю. М. Каныгин, Ю. И. Яковенко. — К. : Наук. думка, 1992. — 108 с.
194. Каныгин, Ю. М. Основы когнитивного обществознания (Информационная теория социальных систем) [Текст] / Ю. М. Каныгин. — К. : Укр. акад. информатики, 1993. — 236 с.
195. Каптерев, А. И. Виртуальность культуры: прошлое, настоящее, будущее [Текст] / А. И. Каптерев // Мультимедиа как социокультурный феномен. — М. : Профиздат, 2002. — С. 151-171.
196. Каптерев, А. И. Информатизация социокультурного пространства [Текст] / А. И. Каптерев. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 512 с.
197. Каптерев, А. И. Мультимедиа как социокультурный феномен [Текст] : учеб. пособие / А. И. Каптерев. — М. : ИПО Профиздат, 2002. — 224 с.
198. Каптерев, А. И. Управление профессионально-интеллектуальным потенциалом современной организации [Текст] / А. И. Каптерев. — М., 2004. — 302 с.
199. Карпенко, І. В. Філософування в просторі людського спілкування [Текст] / І. В. Карпенко // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2009. — № 2. — С. 78-83.
200. Карпенко, О. Б. Современные информационные технологии и процессы адаптации личности в социуме [Текст] / О. Б. Карпенко, А. В. Букалов, Г. В. Чимирисова // Інформоенергетичні технології адаптаційних процесів життєдіяльності на початку III тисячоліття : зб. наук. пр. — Київ — Кривий-Ріг, «ЗАТ «ЗТНВФ «КОЛО», 2001. — С.78-83.
201. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура [Текст] / М. Кастельс ; под ред. О. И. Шкаратона. — М. : ГК ВШЭ. — 2000. — 606 с.
202. Катлип, С. М. Паблик рилейшнз. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие : [пер. с англ.] / С. М. Катлип, А. Х. Сентер, Г. М. Брум. — 8-е изд. — М. : Вильямс, 2000. — 642 с.

203. Кашкин, Б. Введение в теорию коммуникации [Текст] : учеб. пособие / Б. Кашкин — М. : Флинта ; Наука, 2013. — 224 с.
204. Квіт, С. М. Масові комунікації [Текст] / С. М. Квіт. — К. : Києво-Могилянська акад., 2006. — 251 с.
205. Кириллова, Н. Б. Медиакультура, миф и политика [Текст] / Н. Б. Кириллова // Философские науки. — 2006. — № 5. — С. 5-17.
206. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну [Текст] / Н. Б. Кириллова. — М. : Академ. Проект, 2005. — 445 с.
207. Кириченко, К. В. «Чорний піар» як соціально-комунікативна технологія (на матеріалі виборчих компаній у ЗМІ) [Текст] : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / К. В. Кириченко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2010. — 16 с.
208. Клюев, Е. В. Речевая коммуникация [Текст] : учеб. пособие. — М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. — 320 с.
209. Кобелев, О. М. Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні [Текст] : монографія / О. М. Кобелев. — Х. : ХДАК, 2012. — 246 с.
210. Коган, Е. И. Чтение нуждается в защите [Текст] / Е. И. Коган // Российская книжность в Америке. Статьи. Портреты. Рецензии. — Спб., 2005. — С. 140-146.
211. Колбіна, Т. В. Формування міжкультурної комунікації майбутніх економістів: теоретико-методологічний аспект [Текст] : монографія / Т. В. Колбіна. — Х. : ІНЖЕК, 2008. — 392 с.
212. Колесникова, Т. О. Комунікаційні моделі діяльності бібліотек ВНЗ в умовах інформатизації [Текст] : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Тетяна Олександрівна Колесникова ; Харків. держ. акад. культури. — Харків, 2012. — 22 с.
213. Колин, К. К. Социальная информатика [Текст] : учеб. пособие. — М. : Академ. Проект ; Фонд «Мир», 2003. — 432 с.
214. Колосов, Н. Е. Хватит убивать кошек! Критика социальных наук [Текст] / Н. Е. Колосов — М.: Новое литератур. обозрение, 2005. — 248 с.
215. Колотілова, Н. А. Риторика [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. А. Колотілова. — К. : ЦУЛ, 2007. — 232 с.
216. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади [Текст] / за заг. ред. канд. наук з держ. упр. Н. К. Дніпренко. — К. : Вістка, 2008. — 164 с.
217. Конечкая, В. П. Социология коммуникации [Текст] : учебник / В. П. Конечкая. — М. : Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1997. — 304 с.

218. Коноплев, Е. С. Текст как основа информационной культуры [Текст] / Е. С. Коноплев // Вопросы культурологии. — 2007. — № 1. — С. 29-31.
219. Коноплицький, С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз [Текст] : автореф. дис. ... канд. соціол. наук / С. М. Коноплицький ; НАН України, Ін-т соціол. — К., 2007. — 17 с.
220. Корнеева, Е. И. Институционализация профессии PR [Текст] / Е. И. Корнеева // Социология — 2007. — № 3-4. — С. 268-279.
221. Корніяка, О. М. Комунікативна гра як засіб становлення і розвитку культури спілкування підлітка [Текст] / О. М. Корніяка // Практична психологія та соц. робота. — 2004. — Т. 2. — С. 77-80.
222. Королько, В. У пошуках теорії мультикультурних паблік рилейшнз [Текст] / В. Королько // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. — № 3. — С. 28-41.
223. Королько, В. Г. Паблік рилейшнз як соціальний інститут [Текст] / В. Г. Королько // Структурні виміри сучас. сусп.-ва : навч. посіб. / за ред. С. Макєєва ; Ін-т соціології НАН України. К., 2006. — С. 100-123.
224. Коротков, И. Медиа как предельный опыт [Текст] / И. Коротков // Медиа-философия II. Границы дисциплины. — СПб. : С.-Петербург. филос. об-во, 2008. — С. 39-42.
225. Космическое мироощущение в искусстве [Текст] // Культура и время. — 2004. — № 1. — С. 52-57.
226. Костюченко, А. М. Впровадження концепції інтегрованих маркетингових комунікацій на ринку освітніх послуг [Текст] / А. М. Костюченко // Економіка та держава. — 2011. — Т. 1. — С. 71-72.
227. Крапивенский, С. Э. Социальная философия [Текст] / С. Э. Крапивенский. — М. : ВЛАДОС, 1998. — 416 с.
228. Кудрявцева, С. П. Міжнародна інформація [Текст] : навч. посіб. / С. П. Кудрявцева, В. В. Колос. — К. : Слово, 2006. — 400 с.
229. Кузнецов, Ф. Что такое глобализация? [Текст] / Ф. Кузнецов // Междунар. экономика и междунар. отношения. — 2008. — № 2. — С. 32-41.
230. Кузнецова, Т. В. Аксиологічні моделі масмедійної інформації: комунікативно-концептуальний підхід [Текст] : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій / Т. В. Кузнецова ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К., 2010. — 31 с.
231. Кузьмин, Е. И. ЮНЕСКО и общество знаний для всех:

- Саммит — это только начало [Текст] / Е. И. Кузьмин // Библиотекосведение. — 2005. — № 4. — С. 96-102.
232. Кулешов, С. Г. Управлінське документознавство [Текст] : навч. посіб. / С. Г. Кулешов. — К. : ДАКККіМ, 2003. — 57 с.
233. Кулик, Т. Ю. Особенности правового регулирования договоров, заключаемых в электронной форме [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук. / Т. Ю. Кулик. — Ростов-на-Дону, 2007 — Режим доступа : <http://wiasite.com/page/internet-realnost/ist/ist-17--idz-ax48--nf-18.html>.
234. Куницына, В. Н. Межличностное общение [Текст] / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. — СПб. : Питер, 2001. — 544 с.
235. Курносов, Ю. В. Аналитика: методология, технология и организация информационно-аналитической работы [Текст] / Ю. В. Курносов, П. Ю. Конотопов. — М. : Русаки, 2004. — 550 с.
236. Кучерук, О. Дидактичні технології комунікативного розвитку школярів [Текст] / О. Кучерук // Дивослово — 2009. — Т. 4. — С. 8-12.
237. Кушиев, К. С. Социальная информация в аспекте субъектно-объектного взаимодействия [Текст] / К. С. Кушиев // НТИ. Сер. 1. — 2008. — № 11. — С. 10-12.
238. Кушнарченко, Н. Н. Документоведение [Текст] : учебник / Н. Н. Кушнарченко. — 8-е изд., стер. — К. : Знання, 2008. — 459 с.
239. Лазарева, Л. М. Моделі художньої комунікації у сучасному інформаційному просторі [Текст] / Л. М. Лазарева // Вісник ДАКККіМ. — 2011. — № 2. — С. 58-62.
240. Левин, А. И. Эффект замещенного общения в Интернет-коммуникации [Электронный документ]. / А. И. Левин, Л. В. Левина. — Режим доступа : <http://www.isn.ru/info/seminar-doc/Levin.doc>
241. Лейман, И. И. Наука как социальный институт [Текст] / И. И. Лейман. — СПб. : Наука, 1999. — 177 с.
242. Леонов, В. П. Библиотечно-библиографические процессы в системе научной коммуникации [Текст] / В. П. Леонов ; Б-ка Рос. Акад. наук. — СПб., 1995. — 139 с.
243. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность [Текст] / А. Н. Леонтьев. — М. : Политиздат, 1975. — 304 с.
244. Лимарь, Л. Д. Социальные театральные коммуникации: союз театрального искусства и просвещения на защите нашего будущего (Художник, мыслящий как педагог и педагог, чувствующий как художник) [Текст] / Л. Д. Лимарь // Світ соц.

- комунікацій. — 2011. — Т. 4. — С. 118-121.
245. Лифшиц, М. Истина чувства [Электронный ресурс] / М. Лифшиц. — Режим доступа : <http://www.mesotes.narod.ru/lifshiz/vme/vme-19.htm>.
246. Ліщинська, О. Екологія інформаційного простору [Текст] / О. Ліщинська // Соціальна психологія. — 2003. — № 2. — С. 46-52.
247. Лозовой, В. О. Культура особистості та етикет у діловому спілкуванні [Текст] : навч. посіб. / В. О. Лозовой, О. В. Уманець, М. Б. Ценко. — Харків: Регіон-інформ, 2006. — 140 с.
248. Лопатина, Н. В. Информационная культура как условие эффективности социальных технологий [Текст] : учеб. пособие / Н. В. Лопатина. — М. : МГУКИ, 2002. — 81 с.
249. Лоскутникова, В. М. Хабермас и Луман: два подхода к исследованию процессов коммуникации в современном обществе [Электронный ресурс] / В. М. Лоскутникова // Междисциплинар. сб. ст. «Гуманитарная информатика». — 2011. — Вып. 1. — Режим доступа : http://huminf.tsu.ru/jurnal/vol1/lvm_habermas_luman.
250. Лотман, Ю. М. Семиосфера [Текст] / Ю. М. Лотман. — СПб. : Искусство—СПБ, 2000. — 704 с.
251. Лоусон, Э. Психология управления преобразованиями [Текст] / Э. Лоусон, К. Прайс // Новые тенденции в упр. : пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — С. 167-181.
252. Лук'янець, В. С. Світоглядні імплікації науки [Текст] / В. С. Лук'янець, О. М. Кравченко, Л. В. Озадовська [та ін.]. — К. : ПАРАПАН, 2004. — 408 с.
253. Лукина, Н. П. Эпистемологический статус экспертного знания в когнитивном пространстве информационного общества [Текст] / Н. П. Лукина // Гуманитарная информатика. — Томск, 2009. — Вып. 5 — С. 6-22.
254. Луман, Н. Социальные системы [Текст] / Н. Луман. — М. : Наука, 2007. — 333 с.
255. Луман, Н. Общество общества [Текст]. Ч. II. Медиа коммуникации / Н. Луман. — М. : Логос, 2005. — 280 с.
256. Луман, Н. Решения в «информационном обществе» [Текст] / Н. Луман // Проблемы теорет. социологии. Вып 3. / отв. ред. А. О. Бороноев.— СПб. : Изд-во СПбГУ, 2000.
257. Магидов, В. М. Кинофотофонодокументы в контексте исторического знания [Текст] / В. М. Магидов. — М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 2005. — 394 с.
258. Мазель, Л. А. Вопросы анализа музыки. Опыт сближения теоретического музыкознания и эстетики [Текст] / Л. А. Мазель.

- М. : Совет. композитор, 1978. — 348 с.
259. Мазоренко, Д. І. Кафедра ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування», філософії і історії України: проблеми та перспективи міжвузівського співробітництва [Текст] / Д. І. Мазоренко // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2009. — № 2. — С. 36-40.
260. Макаров, В. П. Формирование глобального информационного пространства [Текст] // Вестник Москов. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. — 2005. — № 3. — С. 3-18.
261. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего [Текст] / М. Маклюэн. — К. : НИКА-Центр, 2004. — 432 с.
262. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн. — М. : Гиперборея : Кучково поле, 2007. — 464 с.
263. Мальцева, К. Образ іншої культури в крос-культурній комунікації [Текст] / К. Мальцева // Філософська думка. — 2002. — Т. 3. — С. 68-79.
264. Мамедов, Н. М. Глобализация как современное состояние общественного развития [Текст] / Н. М. Мамедов // Эпоха глобальных перемен (опыт философского осмысления). — М. : Изд-во МГУ, 2004. — С. 41-49.
265. Маркарян, Э. С. Теория культуры и современная наука [Текст] / Э. С. Маркарян. — М. : Мысль, 1983. — 284 с.
266. Масуда, Е. Компьютопия [Текст] / Е. Масуда // Философская и социолог. мысль. — 1993. — № 6. — С. 36-50.
267. Медиафилософия. Основные проблемы и понятия [Текст]. — СПб. : С.-Петербург. филос. о-во, 2008. — 346 с.
268. Медіаосвіта та медіа грамотність [Текст] : підручник / В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко ; за наук. ред. В. В. Різуна. — К. : Центр вільної преси, 2012. — 344 с.
269. Медушевский, В. В. Двойственность музыкальной формы и восприятие музыки [Текст] / В. В. Медушевский // Восприятие музыки : сб. статей / ред.-сост. В. Н. Максимов. — М.: Музыка, 1980. — С. 178-194.
270. Международное информационное право [Текст] : метод. материалы к междисциплинар. спецкурсу / сост. Т. М. Смыслов. — М. : СТЭНСЫ, 2002. — 192 с.
271. Межуєв, В. Діалог як спосіб міжкультурного спілкування в сучасному світі [Текст] / В. Межуєв ; пер. з рос. В. Недашківський // Філософська думка. — 2011. — № 4. — С.90-101.

272. Мелентьева, Ю. П. Модели, практики и приемы чтения: эволюция во времени и пространстве [Текст] / Ю. П. Мелентьева // Библиоковедение — 2009. — Т. 1. — С. 59-64.
273. Минкина, В. А. Информационное обслуживание: продукты и услуги библиотек и информационных центров [Текст] / В. В. Брежнева, В. А. Минкина ; СПбГУКИ. — СПб. : Профессия, 2006. — 303 с.
274. Мирошниченко, А. Человек в мире Интернета: взаимопонимание, конфликт или сосуществование? [Электронный ресурс] / А. Мирошниченко — Режим доступа : <http://www.relga.ru/ Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=3585&level1 =main&level2=articles>.
275. Митрофанова, А. Субъект в эпоху тотальной коммуникации [Текст] / А. Митрофанова // Комментарии. — 1994. — № 3. — С. 126-134.
276. Моисеев, Н. Человек и ноосфера [Текст] / Н. Н. Моисеев. — М. : Молодая гвардия, 1990. — 351 с.
277. Моисеева, Н. И. Влияние социально-коммуникационного подхода на формирование концепции медиаобразования [Электронный ресурс] / Н. И. Моисеева // Электрон. журн. «RELGA». — 2014. — № 4 (277) — Режим доступа : <http://www.relga.ru /Environ/ WebObjects/tguwww.woa/wa/ Main? textid =3558&level1=main&level2 =articles>.
278. Моисеева, Н. И. Институциональные аспекты изучения социально-коммуникационной деятельности. [Электронный ресурс] / Н. И. Моисеева // Электрон. журн. «RELGA». — 2013. — №8 (264). — Режим доступа : <http://www. relga.ru/Environ /Web Objects/tguwww.woa/wa/Main?textid=3558&level1=main&level2=artic>.
279. Моисеева, Н. И. Предпосылки формирования коммуникационной этики: деонтологические основания [Электронный ресурс] / Н. И. Моисеева // Электрон. журн. «RELGA». — 2013 — №11 (267). — Режим доступа : <http://www. relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=3633&l evel1=main&level2=articl>.
280. Моисеева, Н. И. Эволюция предметных форм коммуникации [Электронный ресурс] / Н. И. Моисеева // Электрон. журн. «RELGA». — 2013. — №12 (268). — Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid =3657&level1=main&level2=articles>.
281. Моисеева, Н. И. Коммуникационная этика в различных социально-коммуникационных подсистемах [Текст] : /

Н. И. Моисеева. //Материалы Международной научно-практической конференции «Приоритетные направления в развитии современного общества: междисциплинарные исследования» (9-11 октября 2014, Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова) — Белгород : БГТУ, 2014. — С.146.

282. Моисеева, Н. І. Адаптація людини до комунікаційного простору сучасності [Електронний ресурс] / Н. І. Моисеева // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2015. — № 2. — С. 77-82. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi_2015_2_15.pdf.

283. Моисеева, Н. І. Бібліотека як центр комунікації у технічному ВНЗ [Текст] : Матеріали Міжвуз. науково-практич. конф. «Бібліотечна складова у формуванні національної еліти держави» (30 листоп.-1 груд. 2004 ; ХНТУСГ.). — Харків : ХНТУСГ, 2004. — С. 42-49.

284. Моисеева, Н. І. Виховна робота у ВНЗ як комунікаційний процес в умовах інноваційної доби [Текст] :). / Н. І. Моисеева // Матеріали IV Міжнародної наукової конференції «Соціально-гуманітарні вектори педагогіки вищої школи» (25-26 квітня 2013 р., Харківська державна академія дизайну і мистецтв) — Харків. : —. ХДАДМ. — С.54-62.

285. Моисеева, Н. І. Виховний процес у ВНЗ як педагогічна комунікація [Текст] / Н. І. Моисеева // Вісник Наук. б-ки ХНТУСГ. — 2012. — № 2. — С.64-75.

286. Моисеева Н. І. Вплив теорії соціальних комунікацій на становлення комунікативних практик в суспільстві [Текст] / Н. І. Моисеева // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціальні комунікації: стан, проблеми, тенденції» (17–18 квітня 2014 р.), Вісник КНУКіМ. Серія «Соціальні комунікації». Київ. — 2014. — С.34-42.

287. Моисеева, Н. І. Глобалізаційні тенденції у сфері соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / Н. І. Моисеева // Вісник Харків. держ. акад. культури. — 2014. — Вип. 43. — С. 110-119. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/hak_2014_43_16.pdf.

288. Моисеева, Н. І. Гуманітарна складова сучасної освіти в технічному ВНЗ [Текст] / Н. І. Моисеева // Матеріали Міжнародної наукової конференції «Соціально-гуманітарні вектори педагогіки вищої школи» (23-24 квітня 2015 р., Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П. Василенка) — Харків. : ХНТУСГ. — С. 61-68.

289. Моїсеєва, Н. І. Гуманістичний сенс філософії спілкування та її реалізації в комунікаційній практиці. [Текст] / Н. Моїсеєва // Вісник Книжк. палати. — 2014. — №2 (211). — С.45-48. — Бібліогр.: с. 48.
290. Моїсеєва, Н. І. Діяльність куратора академічної групи як реалізація комунікативної практики [Текст] / Н. І. Моїсеєва, Г. Ю. Омельченко // Матеріали Регіональної науково-практичної конференції, присвяченої Дню науки «Актуальні проблеми та шляхи вдосконалення виховного процесу в навчальному закладі» (26 квітня 2013р., Харківська гуманітарно-педагогічна академія). — Харків : ХГПА. — С. 25-30.
291. Моїсеєва, Н. І. Електронна епоха соціальних комунікацій: структурно-діяльнісні трансформації [Електронний ресурс] / Н. Моїсеєва // Вісник Книжк. палати. — 2014. — № 3. — С. 49. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkr_2014_3_16.pdf.
292. Моїсеєва, Н. І. Історико-діяльнісні засади формування комунікаційних технологій сучасності [Текст] : матеріали 4 Міжнар. науково-практ. конф. «Прикладні соціально-комунікаційні технології» (1-2 листоп. 2013 р., Інститут журналістики та між нар. відносин Київ. нац. ун-ту культури і мистецтв, Київ) / Н. І. Моїсеєва // Комунікаційні технології. — 2013 — Т. 1. — С. 230-237.
293. Моїсеєва, Н. І. Історичні трансформації соціально-комунікаційної діяльності: етапи та механізми [Електронний ресурс] / Н. І. Моїсеєва // Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації. — 2014. — № 1-2. — С. 28-35. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drsk_2014_1-2_8.pdf.
294. Моїсеєва, Н. І. Кафедра ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування»: проблеми та перспективи міжвузівського співробітництва. [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Наука і методика : зб. науково-метод. ст. — 2009. — № 13. — С. 25-33.
295. Моїсеєва, Н. І. Комунікативна компетентність педагога [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Матеріали міжнар. науково-практ. конф. «Культурологія та соц. комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (ХДАК, 20-21 листоп. 2011). — Харків : ХДАК, 2011. — С. 53-60.
296. Моїсеєва, Н. І. Комунікаційна діяльність в структурі соціально-комунікаційного знання [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Матеріали Міждисциплінарної науково-практ. конф. «Мова. Наука. Культура», присвяченої 85-річчю Харківського національного технічного університету сільського господарства

- імені Петра Василенка (10 червня 2015 р.). — Харків : ХНТУСГ, 2015. — С.255-264.
297. Моїсеєва, Н. І. Методичні рекомендації щодо викладання української ділової мови (ділові комунікації) у технічних ВНЗ [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Інновац. технології викладання лат. та укр. мов у вищ. навчал. закл. — Харків : Вид-во НФаУ, 2003. — С. 8-17.
298. Моїсеєва, Н. І. Методичні матеріали до курсу «Філософські проблеми людського спілкування і трансформація суспільства [Текст] / Н. І. Моїсеєва, Н. М. Божко, О. С. Дьолог. — Харків, 2007. — 76 с.
299. Моїсеєва, Н. І. Методика викладання у вищій школі. / Н. І. Моїсеєва, І. О. Данченко, І. І. Полубоярина // [Методичні вказівки для студентів денної та заочної форм навчання усіх спеціальностей]. — Х. : ХНТУСГ. — 2010. — 40 с.
300. Моїсеєва, Н. І. Методичні матеріали з курсу ділової української мови (ділові комунікації) для студентів денної форми навчання [Текст] / Н. І. Моїсеєва, Л. В. Бабай, О. С. Дьолог — Харків, ХНТУСГ, 2008. — 82 с.
301. Моїсеєва, Н. І. Методологічні аспекти розвитку дослідження соціальної комунікації [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Матеріали Міжнар. наук. конф. «Культурологія та соц. комунікації: інноваційні стратегії розвитку», 14-16 берез. 2012 р. — Харків : ХДАК, 2012. — С. 86-88.
302. Моїсеєва, Н. Мовний дискурс в системі соціально-комунікаційного знання [Електронний ресурс] / Н. Моїсеєва // Вісник Книжк. палати. — 2013. — № 11. — С. 38-40. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkr_2013_11_13.pdf
303. Моїсеєва, Н. І. Мовна комунікація в умовах сучасного інформаційного простору [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Матеріали Міжнар. наук. конф. «Риторика как пропедевтика и теория коммуникации». (18-19 березня 2015 р. — Сумський національний аграрний університет), Суми. — СНАУ. — С.28-32.
304. Моїсеєва, Н. Модельний підхід до вивчення соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / Н. І. Моїсеєва // Держава та регіони». Серія: Соціальні комунікації . — 2013. — № 3-4. — С. 24-28. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drsk_2013_3-4_7.pdf.
305. Моїсеєва, Н. І. Організаційно-комунікативна система виховної роботи у ВНЗ [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Вісник

Харківської державної академії культури [Текст] : зб. наук. пр. Вип.36 / Харків. держ. акад. культури ; за заг. ред. В. М. Шейка. — Х. : ХДАК, 2012. — С.259.

306. Моїсеєва, Н. І. Основи психології та педагогіки. / Данченко І. О., Моїсеєва Н.І., Омельченко Г.Ю. //Плани семінарських занять та методичні рекомендації для студентів денної форми навчання усіх спеціальностей ХНТУСГ // Навч.-метод. посібник — Х.: ХНТУСГ. — 2013. — 40 с.

307. Моїсеєва, Н. І. Особливості філософії спілкування сучасної студентської молоді [Текст] / Н. І. Моїсеєва, А. Губар // Матеріали III Міжнар. науково-практ. конф. «Сучасні аспекти виховання студентської молоді», 7-8 квіт. 2013 р. — Х. : ХНАМГ, 2013. — С. 56-57.

308. Моїсеєва, Н.І. Педагогіка та методика викладання у вищій школі / Н. І. Моїсеєва, І. О. Данченко. Плани семінарських занять та методичні рекомендації для студентів денної форми навчання усіх спеціальностей ХНТУСГ // Навч.-метод. посібник — Х.: ХНТУСГ. — 2013. — 60 с.

309. Моїсеєва, Н.І. Проблеми вивчення комунікаційної діяльності у структурі соціально-комунікаційного знання [Електронний ресурс] / Н. І. Моїсеєва // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2013. — № 2. — С. 72-75. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi_2013_2_15.pdf.

310. Моїсеєва, Н. І. Проблеми професіоналізації фахівців соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / Н. І. Моїсеєва // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія — 2013. — №3. — С. 72-78. —Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi_2013_2_15.pdf

311. Моїсеєва, Н. І. Проблеми соціальної комунікації у філософії спілкування [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Матеріали Міжнар. наук. конф. «Філософія спілкування: культура, мова, цінності», 28-30 берез. 2012 р. — Харків-Суми, 2012. — С. 41-44.

312. Моїсеєва, Н.І. Психологія праці / Данченко І.О., Моїсеєва Н.І., Омельченко Г.Ю. Навчально-методичний посібник для студентів денної форми навчання усіх спеціальностей ХНТУСГ// Навч.-метод. посібник — Х.: ХНТУСГ. — 2013. — 60 с.

313. Моїсеєва, Н.І. Соціально-комунікаційний підхід до розуміння медіа освіти [Електронний ресурс] / Н. Моїсеєва // Вісник Книжкової палати. — 2015. — № 3. — С. 48-51. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/jpdf/vkp_2015_3_16.pdf.

314. Моїсеєва, Н. І. Стан вивчення комунікаційного процесу в структурі соціально-комунікаційного знання / Н. І. Моїсеєва //

Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія — 2013. — № 4. — С. 60-64. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi_2013_4_13.pdf.

315. Моїсеєва, Н. І. Становлення системної методології досліджень соціальної комунікації [Електронний ресурс] / Н. Моїсеєва // Вісник Книжкової палати. — 2015. — № 4. — С. 38-41. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/jpdf/vkr_2015_4_16.pdf.

316. Моїсеєва, Н. І. Трансформування діяльнісних засад соціально-комунікаційної діяльності [Електронний ресурс] / Н. І. Моїсеєва // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія — 2015. — № 1. — С. 62-68. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi_2015_1_15.pdf.

317. Моїсеєва, Н. І. Технологія ефективної соціальної комунікації: працевлаштування та кар'єрне зростання. / Данченко І. О., Моїсеєва Н. І. — Х.: ХНТУСГ. — 2012. — 53с.

318. Моїсеєва, Н. І. Філософія менеджменту як процес комунікації та психологічні риси сучасного керівника [Текст] : Н. І. Моїсеєва // Матеріали Науково-практ. конф. гуманітар. кафедр ХДТУСГ «Гуманітарна складова вищої освіти», 12-13 квітня 2005 / Збірник наук.-метод. пр. ХДТУСГ. — Х. : ХДТУСГ. — С. 28-36.

319. Моїсеєва, Н. І. Філософія спілкування та комунікаційні практики (з досвіду роботи кафедри ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Слобожанський гуманітарій – 2014» (до 85-річчя ХНТУСГ імені Петра Василенка та до 35-річчя Музею ХНТУСГ імені Петра Василенка), 31 жовтня 2014 р., — Х. : ХНТУСГ. — С. 76-85.

320. Моїсеєва, Н. І. Філософія спілкування в умовах трансформації суспільства. / Заветний С. О., Н. І. Моїсеєва, І. О. Данченко. // Плани семінарських занять та методичні рекомендації для студентів денної форми навчання усіх спеціальностей ХНТУСГ // Навч.-метод. посібник. — Х.: ХНТУСГ. — 2011. — 60 с.

321. Моїсеєва, Н. І. Формування комунікативних здібностей та якостей лідера через досвід студентського самоврядування [Текст] / Н. І. Моїсеєва // Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні аспекти виховання студент. молоді», 7-8 квіт. 2013 р. — Х. : ХНАМГ, 2013. — С. 62-64.

322. Моїсеєва, Н. І. Формування комунікативних практичних

навичок в процесі навчання як необхідного елементу вищої освіти [Текст] / Н. І. Моїсеєва, О. В. Солошенко // Підвищення ефективності практи. підготовки фахівців // Збірник наук.-метод. пр. ХДТУСГ. — 2003. — С. 31.

323. Моїсеєва, Н. І. Цільова компонента соціально-комунікаційної діяльності [Електронний ресурс] / Н. І. Моїсеєва // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2014. — № 1. — С. 66. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/bdi_2014_1_13.pdf.

324. Москаленко, А. З. Основи масово-інформаційної діяльності [Текст] : підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов. — Київ, 1999. — 634 с.

325. Мунтян, М. А. Глобализация и устойчивое развитие [Текст] / М. А. Мунтян, А. Д. Урсул. — М. : Ступени, 2003. — 304 с.

326. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию исследования [Текст] / М. М. Назаров. — М., 2004. — 428 с.

327. Найдюнова, Л. А. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі [Текст] / Л. А. Найдюнова // Шкільний бібл.-інформ. центр. — № 4. — 2013. — С. 91-97.

328. Наумов, С. Ю. Риски в коммуникативном пространстве социума [Текст] / С. Ю. Наумов, П. В. Журавлев, А. Ю. Шеховцев, А. В. Федорова. — Саратов, 2004. — 156 с.

329. Нахимова, Е. А. Речевая коммуникация [Текст] : практикум / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов / УрГПУ. — Екатеринбург, 2003. — 160 с.

330. Нестерова, О. Ю. Педагогічна комунікація у вищій школі [Текст] / О. Ю. Нестерова. // Педагогіка формування творчої особистості у вищ. і загальноосвіт. шк. — 2009. — № 1. — С. 333–338.

331. Николаева, Ж. В. Основы теории коммуникации [Текст] : учеб.-метод. пособие / Ж. В. Николаева. — Улан-Удэ : ВСГТУ, 2004. — 274 с.

332. Ножин, Е. А. Мастерство устного выступления [Текст] : учеб. пособие / Е. А. Ножин. — М. : Политиздат, 1989. — 254 с.

333. Нургалева, Л. В. Искусство сетевых презентаций в свете интерпретационной эстетики [Электронный ресурс] / Л. В. Нургалева. — Режим доступа : <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/2/nurg.htm>.

334. Нургалева, Л. В. Некоторые особенности и проблемы

- применения современных методик коммуникативного аудита [Текст] / Л. В. Нургалева, Л. Д. Тюлюпова // Гуманитарная информатика : сб. статей / под ред. Г. В. Можяевой. — Томск : Изд-во Томского ун-та, 2005. — С. 89-96.
335. Ньюсом, Д. С. Все о PR. Теория и практика публич рилейшнз [Текст] : [пер. с англ.] / Д. Ньюсом, Д. В. Терк, Д. Крукеберг. — 7-е изд. — М. : Имидж-Контакт : Инфра-М, 2001. — 627 с.
336. Ньюстром, Дж. В. Организационное поведение [Текст] : [пер. с англ.] / Дж. В. Ньюстром, К. Дэвис ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб. : Питер. — 2001. — 448 с.
337. Огурчиков, П. К. Экранная культура и современное коммуникативное пространство [Текст] / П. К. Огурчиков // Гуманитарные и соц.-экон. науки. — 2007. — № 2. — С. 113-116.
338. Окинавская Хартия Глобального информационного Общества [Текст] // М. С. Вершинин. Политическая коммуникация в информ. об-ве. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. — С.146 - 165.
339. Ольшанская, А. В. Коммуникативные глобальные технологии и развитие человека [Текст] / А. В. Ольшанская // Глобализация и перспективы современной цивилизации. — М. : КМК, 2005. — С. 224-234.
340. Ольшанская, А. В. Расширение коммуникативного пространства и развитие человека [Текст] / А. В. Ольшанская // Россия. Духовная ситуация времени. — М. : МГСУ, 2005. — № 1-2 (23-24). — С. 234-240.
341. Ольшанская, А. В. Коммуникативный процесс в условиях глобализации: соц.-филос. анализ [Текст] : дис. ... канд. филос. наук / А. В. Ольшанская. — М., 2005. — 146 с. [Электронный ресурс]. — URL : <http://cheloveknauka.com/kommunikativnyu-protsess-v-usloviyah-globalizatsii-sotsialno-filosofskiy-analiz>.
342. Онкович, Г. В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа [Текст] / Г. В. Онкович // Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору. — К. : 2008. — С. 165-177.
343. Онкович, Г. В. Технології медіаосвіти [Текст] / Г. В. Онкович // Вища освіта України. — 2007. — Т. 5. (тем. вип. «Вища освіта України у контексті інтеграції до європ. освіт. простору: моніторинг якості освіти»). — С. 357-363.
344. Основы теории коммуникации [Текст] : учебник / под. ред. проф. М. А. Василюка. — М. : Гардарики, 2003. — 615 с.
345. Павлова, О. Д. Семиосфера как результат и развитие культуры [Текст] / О. Д. Павлова // Язык и культура. — 2011. —

№ 3. — С. 58-64.

346. Пазиніч, С. М. Філософія спілкування в царині культурного розвитку суспільства [Текст] / С. М. Пазиніч // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2010. — № 3. — С. 78-86.

347. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности [Текст] / А. П. Панфилова. — СПб. : Знание, 2004. — 496 с.

348. Панфилова, А. П. Теория и практика общения [Текст] : учеб. пособие / А. П. Панфилова. — М. : Академия, 2007. — 288 с.

349. Папіш, Л. Мудрість Сходу. Мистецтво як форма комунікації [Текст] /Л. Папіш // Мистецтво та освіта. — 2010. — № 3. — С. 51-55.

350. Паринов, С. И. e-Science — онлайнное будущее науки [Текст] / С. И. Паринов // Информ. технологии. Б-чка журн.: [ежемес. темат.] прил. к журн. — 2007. — № 9. — С. 2-32.

351. Партико, З. Теорія масової інформації та комунікації [Текст] : навч. посіб. / З. В. Партико. — Львів : Афіша, 2008. — 292 с.

352. Первухин, А. А. Универсальное информационное сообщение как жанр Интернет-журналистики (на примере сайтов Челябинской области dostup1.ru, 1obl.ru, 74.ru) [Электронный ресурс] / А. А. Первухин. — Режим доступа : <http://journ.igni.urfu.ru/index.php/component/content/article/372>

353. Петров, В. Н. Информационные системы [Текст] / В. Н. Петров. — СПб. : Питер, 2003. — 688 с.

354. Петрова, Л. В. Рекомендации ЮНЕСКО по многоязычию и доступу к киберпространству [Текст] / Л. В. Петрова // Библиотекосведение. — 2006. — № 2. — С. 90-98.

355. Пигров, К. С. Социальная философия [Текст] / К. С. Пигров — СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. — 296 с.

356. Плешаков, В. А. Феномен киберсоциализации современной молодежи [Текст] / В. А. Плешаков // Научное наследие Т. И. Шаповой и его влияние на решение актуал. проблем соврем. образования : сб. ст. Третьих Всерос. Шаповских пед. чтений науч. шк. упр. образованием (25 января 2011 г.) : В 2-х т. — Т. 1. — М., 2011. — С. 100-107.

357. Плешкевич, Е. А. Становление и развитие протодокументной коммуникации [Текст] / Е. А. Плешкевич // Междунар. форум по информатике. — 2006. — Т. 31, № 1. — С. 7-16.

358. Плотинский, Ю. М. Модели социальных процессов [Текст] :

- учеб. пособие для высших учеб. Заведений / Ю. М. Плотинский. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Логос, 2001. — 296 с.
359. Полуэхтова, И. А. Эволюция кинопоказа в эпоху коммерциализации телевидения. [Текст] / И. А. Полуэхтова // Телерекламный бизнес. (Информационно-аналитическое обеспечение) / сост. и общ. ред. В. П. Коломиец. — М., 2001. — 148 с.
360. Понарина, Н. Н. Воздействие глобализации на коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Н. Понарина // Теория и практика обществ. развития. — 2011. — № 3. — Режим доступа : <http://teoria-practica.ru/-3-2011/filosofiya/ponarina.pdf>
361. Пономарьов, О. С. Логіка спілкування та його гносеологічні аспекти [Текст] / О. С. Пономарьов // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2009. — № 2. — С. 28-35.
362. Пономарьов, О. С. Праксеологічні аспекти філософії спілкування [Текст] / О. С. Пономарьов // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2008. — № 5. — 2012. — С. 51-56.
363. Пономарьов, О. С. Телеологічні аспекти філософії спілкування [Текст] / О. С. Пономарьов // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2010. — № 3. — С. 70-78.
364. Поппер, К. Открытое общество и его враги [Текст] / К. Поппер. — М. : Феникс; Междунар. фонд «Культур. инициатива», 1992. — Т. 1. : Чары Платона. — 448 с.
365. Потятиник, Б. Медіа: ключі до розуміння: Медіа критика [Текст] / Б. Потятиник. — Львів, ПАІС, 2004. — 312 с.
366. Почепцов, Г. Г. Информационные войны [Текст] / Г. Г. Почепцов. — М. : К. : Реал-бук : Ваклер. — 2000. — 573 с.
367. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века [Текст] / Г. Г. Почепцов. — М. : Реал-бук : К. Ваклер, 2000. — 352 с.
368. Почепцов, Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов [Текст] / Г. Г. Почепцов. — М. : Киев, 2001. — 403 с.
369. Почепцов, Г. Г. Профессия: имиджмейкер [Текст] / Г. Г. Почепцов. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб. : Алетей, 2001. — 256 с.
370. Почепцов, Г. Г. Теория и практика коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. — М. : Центр, 1998. — 349 с.
371. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации [Текст] / Г. Г. Почепцов. — М. : К. Ваклер, 2003. — 651 с.
372. Примак, Т. О. Маркетингові комунікації [Текст] : навч.

- посіб. — К. : Ельга : Ніка-Центр, 2003. — 300 с.
373. Прихода, И. В. Основы медицинской этики и деонтологии [Текст] / И. В. Прихода, А. А. Рыбальченко // Педагогіка, психологія та медико-біолог. проблеми фізич. виховання і спорту // Зб. наук. праць / за ред. проф. С. С. Єрмакова. — Харків : ХДАДМ, 2009. — № 8. — С. 130-132.
374. Профессиональная этика журналиста — международные и российские акты [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.mediasprut.ru/info/pravo/moral.shtml#prinzip>
375. Прохоров, Е. П. Журналистика и демократия [Текст] / Е. П. Прохоров. — М. : РИП-холдинг, 2001. — 296 с.
376. Радиожурналистика [Текст] : учебник / под ред. А. А. Шереля. — 3-е изд., испр. и доп. . — М.: Изд-во Моск. ун-та : Наука, 2005. — 480 с.
377. Ракитов, А. И. Философия компьютерной революции [Текст] / А. И. Ракитов. — М. : Политиздат, 1991. — 286 с.
378. Різун, В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Текст] / В. В. Різун // Світ соц. комунікацій. — 2011. — Т. 1. — С. 7-11.
379. Різун, В. В. Природа й структура комунікативного процесу [Текст] / В. В. Різун // Наукові записки Ін-ту журналістики. — 2001. — Т. 2. — С. 17-37.
380. Різун, В. В. Теорія масової комунікації [Текст] : підручник / В.В. Різун. — К. : Просвіта, 2008. — 260 с.
381. Родин, А. В. Коммуникационное пространство как социальная реальность [Текст] : автореф. дис. ... канд. филос. наук / А. В. Родин. — Саранск, 2009. — 24 с.
382. Розанова, М. С. Проблема межкультурной коммуникации в контексте философско-художественного освоения современной реальности [Электронный ресурс] / М. С. Розанова. — Режим доступа : http://anthropology.ru/texts/rozanova/russia_04.html.
383. Рошин, С. К. Некоторые вопросы информационно-психологической безопасности российского общества [Текст] / С. К. Рошин // Проблемы информ.-психолог. безопасности : сб. статей и материалов конференций. — М., 1996. — С. 26-32.
384. Рутинський, М. Й. Музеєзнавство [Текст] : навч. посіб. / М. Й. Рутинський, О. В. Стецюк — К. : Знання, 2008. — 428 с.
385. Савченко, Л. В. Корпоративні комунікації як засіб впливу на громадську думку [Текст] / Л. В. Савченко // Соціальні комунікації сучас. світу : наук., теорет. зб. / гол. ред. О. М. Холод. — 2009. — С. 198-199.

386. Савчук, В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины [Текст] / В. В. Савчук // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / под ред. В. В. Савчука. — СПб. : Изд-во СПбФО, 2008. — 231 с.
387. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация [Текст] : учеб. пособие / А. П. Садохин. — М. : Альфа-М ИНФРА-М, 2004. — 288 с.
388. Сапрыкин, В. А. Введение в культурологию [Текст] : учеб. пособие в 3 ч. по курсу «Теория и история мировой и отечеств. культуры». Ч. 1 : Конспект лекций / В. А. Сапрыкин / Моск. гос. ин-т электроники и математики (Техн. ун-т). Каф. культурологии. — М. : МГИЭМ (ТУ), 1995. — 210 с.
389. Саяпина, И. А. Информация, коммуникация, трансляция в культуре [Текст] / И. А. Саяпина // Культурсемиотика: Опыт системат. изложения. — Краснодар : КГУКИ. — 1999. — С. 250-372.
390. Саяпина, И. А. Культура как информационно-коммуникационная система / И. А. Саяпина — Краснодар : КГУКИ-КубГТУ, 2001. — 220 с.
391. Сватко, Ю. І. Міжуніверситетська мережа кафедр ЮНЕСКО і партнерів «Культура мира через комунікацію» [Текст] / Ю. І. Сватко / Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2009. — № 2. — С. 188-191.
392. Семенов, В. Е. Искусство как межличностная коммуникация [Текст] / В. Е. Семенов. — СПб. : Изд-во С-Петербур. ун-та, 1995. — 200 с.
393. Семенюк, Э. П. Социокультурная интеграция человечества и информатики [Текст] / Э. П. Семенюк // НТИ. Сер. 1. — 2009. — № 1. — С. 1-12.
394. Середкина, Е. В. Новый образовательный интернет-потенциал Web 2.0 в контексте open source (к вопросу о необходимости революции в сознании) [Текст] / Е. В. Середкина // Гуманитарная информатика : сб. статей. — Томск : Изд-во Том. ун-та, 2008. — Вып. 4. — С. 29–37.
395. Сидоров, М. Интернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу [Текст] / М. Сидоров, Д. Табаков // Політичний менеджмент. — 2008. — № 4. — С. 119–125.
396. Символы в коммуникации [Текст] : коллектив. моногр. — М. : НИУ ВШЭ, 2011. — 161 с. — (Серия «Коммуникатив. исследования». Вып. 6.)
397. Скакун, О. Ф. Юридическая деонтология [Текст] : учебник / О. Ф. Скакун, Н. Н. Овчаренко. — Х. : Основа, 1999. — 304 с.

398. Сладкова, О. Б. Социально-информационные технологии в построении гражданского общества [Текст] / О. Б. Сладкова // Информ. ресурсы России. — 2009. — № 2. — С. 7–10.
399. Слободяник, М. С. Структура сучасного документознавства [Текст] / М. С. Слободяник // Вісник книжк. палати. — 2003. — № 4. — С. 18–21.
400. Современная политическая коммуникация [Текст] : учеб. пособие / отв. ред. А. П. Чудинов / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2009. — 292 с.
401. Современные трактовки социальной коммуникации и интегративный подход к ее изучению [Текст] // Социальная коммуникация в соврем. мире : коллектив. моногр. / Н. Н. Азарнов, И. С. Бусыгин, А. Н. Дегтярев [и др.] ; под общ. ред. А. А. Деркача. — М.: Альтекс, 2004. — С. 30–45.
402. Соколов, А. В. Введение в теорию социальной коммуникации [Текст] / А. В. Соколов. — СПб.: СПбГУП, 1996. — 319 с.
403. Соколов, А. В. Зачем библиотеки информационному обществу? [Текст] / А. В. Соколов // Информ. бюл. РБА. — 2012. — № 65. — С. 11–18.
404. Соколов, А. В. Информационный подход к документальной коммуникации [Текст] : учеб. пособие для студентов библиотеч. фак. / А. В. Соколов ; Ленингр. гос. ин-т культуры им. Н. К. Крупской. Каф. отраслевой библиографии. — Л. : ЛГИК, 1988. — 85 с.
405. Соколов, А. В. Книжность. Интернет. Интеллигентность [Текст] / А. В. Соколов // Библиотекосведение. — 2010. — № 4. — С. 20–26.
406. Соколов, А. В. Метатеория социальной коммуникации [Текст] / А. В. Соколов. — СПб., 2001. — С. 342.
407. Соколов, А. В. Общая теория социальной коммуникации [Текст] : учеб. пособие / А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 461 с.
408. Соляник, А. А. Система документопостачання бібліотечних фондів: закономірності розвитку [Текст] : монографія / А. А. Соляник. — Х. : ХДАК, 2005. — 230 с.
409. Сорокин, П. А. Человек. Цивилизация. Общество [Текст] : [пер. с англ.] / П. А. Сорокин ; общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов. — М. : Политиздат, 1992. — 543 с.
410. Социальная коммуникация в управлении [Текст] : курс лекций / [О. В. Коротева, Л. И. Мухамедова, В. В. Силкин, Е. А. Яблокова] ; под общ. ред. проф. Л. И. Мухамедовой ; Рос.

- акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. — М. : Изд-во РАГС, 2009. — 92 с.
411. Социальная психология в современном мире [Текст] / под ред. Г. М. Андреевой, А. И. Донцова. — М. : Аспект Пресс. — 2002. — 235 с.
412. Стародубцева, Л. В. Медиология разрыва: Три парадокса дискommунікації [Електронний ресурс] / Л. В. Стародубцева. — Режим доступа: http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication-2_March2012_final.pdf
413. Степанов, Ю. С. Биосемиотика [Текст] / Ю. С. Степанов // Семиотика. — М. : Наука, 1971. — 145 с.
414. Степанов, Ю. С. В мире семиотики [Текст] / Ю. С. Степанов // Семиотика : антология. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Академ. проект; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. — 702 с.
415. Стехіна, В. М. Проблеми розуміння в соціальних комунікаціях [Текст] / В. М. Стехіна // Наукові записки Ін-ту журналістики : наук. зб. — К., 2010. — Т. 41. — С. 28-32.
416. Сулимов, В. А. Семиотика текста и проблема личности: эпистемологический аспект [Текст] / В. А. Сулимов // Экология культуры и языка: проблемы и перспективы : сб. науч. докл. и статей Междунар. науч. конф. — Архангельск : КИРА, 2006. — С. 170–175.
417. Сулимов, В. А. Текстовая деятельность. Культура. Коммуникация [Текст] / В. А. Сулимов. — Сыктывкар : КГПИ, 2003. — 96 с.
418. Суліма, Є. М. Формування культури спілкування як завдання освіти постіндустріальної доби [Текст] / Є. М. Суліма // Філософія спілкування: філософія, психологія, соц. комунікація. — 2010. — № 3. — С.43–48.
419. Суминова, Т. Н. Текст произведения как философская категория и социокультурный феномен [Текст] / Т. Суминова // Вестник МГУКИ. — 2004. — № 4. — С. 34–43.
420. Сурмин, Ю. П. Теория социальных технологий [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / Ю. П. Сурмин, Н. В. Туленков ; Межрегион. акад. упр. персоналом. — К., 2004. — 608 с.
421. Тарабанов, Н. А. Информационная система как предмет семиотики [Електронний ресурс] / Н. А. Тарабанов. — Режим доступа : <http://huminf.tsu.ru/jurnal/files/vol6/tarabanov5.pdf>.
422. Тертычный, А. А. Коммуникативные стратегии и журналистский текст [Текст] / А. А. Тертычный // Вестн. Моск.

- ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2006. — № 4. — С. 93–104.
423. Тишунина, Н. В. Методология интермедиального анализа в свете междисциплинарных исследований [Текст] / Н. В. Тишунина // Методология гуманитар. знания в перспективе XXI века: Материалы междунар. науч. конф. Вып. 12. — СПб. : С. Петерб. филос. о-во, 2001. — С. 149–154.
424. Тишук, О. І. Дослідження формування комунікативного простору православного телебачення України [Текст] / О. І. Тишук // Світ соціальних комунікацій. — 2011. — Т. 3. — С. 64–67.
425. Тортіка, О. О. Інформаційно-комунікаційний простір як відображення сучасного соціокультурного середовища [Текст] / О. О. Тортіка, О. Л. Біличенко // Вісник ХДАК. — Вип. 30. — 2010. — С. 80–88.
426. Тоффлер, Э. Третья волна [Текст] / Э. Тоффлер. — М. : АСТ, 1999. — 526 с.
427. Трішук, О. В. Феномен науково-інформаційного дискурсу у сфері соціальних комунікацій [Текст] : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / О. В. Трішук ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2009. — 32 с.
428. Трушина, И. А. Кодексы библиотечной этики зарубежных стран: развитие и современные проблемы [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 / И. А. Трушина — СПб., 2005. — 14 с.
429. Тулупов, В. Вызов современной журналистике [Электронный ресурс] / В. Тулупов. — Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=3584&level1=main&level2=>
430. Тайлор, Э. Б. Первобытная культура [Текст] / Э. Б. Тайлор // М. : Политиздат, 1989. — 573 с.
431. Уилл, Л. Музеи как информационные центры [Текст] / Л. Уилл // Museum : ежекварт. журн. ЮНЕСКО. — 1994. — № 3. — С. 20–29.
432. Урсул, А. Д. Путь в ноосферу: концепция выживания и устойчивого развития цивилизации [Текст] / А. Д. Урсул. — М., 1993. — 275 с.
433. Уткин, А. И. Глобализация: процесс и осмысление [Текст] / А. И. Уткин. — М. : Логос, 2001. — 254 с.
434. Фатеева, И. А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации [Текст] : монография / И. А. Фатеева. — Челябинск : Челяб. гос. ун-т, 2007. — 270 с.
435. Федоров, А. В. Базовые медиаобразовательные модели [Текст]. Ч. 3. / А. В. Федоров // Библиотека и мир. — 2009. — № 2. — С. 32–35.

436. Федоров, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность [Текст] : учеб. пособие для вузов. / А. В. Федоров. — Таганрог : Кучма, 2004. — 339 с.
437. Федоров, А. В. Терминология медиаобразования [Текст] / А. В. Федоров // Искусство и образование. — 2000. — № 2. — С. 33-38.
438. Федотова, Л. Н. Социология массовой коммуникации [Текст] : учебник для вузов. / Л. Н. Федотова — СПб. : Питер, 2004. — 400 с.
439. Философия общения [Текст] : монография / В. Г. Кремень, Д. И. Мазоренко, С. А. Заветный, С. Н. Пазынич, А. С. Пономарев. — Х. : ХНТУСХ, 2011. — 440 с.
440. Фортунатов, А. Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности [Текст] : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. / А. Н. Фортунатов. — Н. Новгород, 2009. — 37 с.
441. Фурс, В. Н. Парадигма критической теории в современной философии : попытка экспликации [Текст] / В. Н. Фурс // ЛОГОС. — 2001. — № 2 (28). — С. 46-75. — Режим доступа : http://www.ruthenia.ru/logos/number/2001_2/03_2_2001.htm#_ftn1
442. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие [Текст] / Ю. Хабермас ; пер. с нем. Д. В. Складнева. — СПб. : Наука, 2000. — 377 с.
443. Хабермас, Ю. Теория коммуникативного действия [Текст] / Ю. Хабермас // Личность. Общество. Культура. — 2001. — Т. III, вып. 4. — С. 207-217.
444. Хабермас, Ю. Этика дискурса: замечания к программе обоснования [Текст] // Ю. Хабермас Моральное сознание и коммуникатив. действие. — М., 2000. — 380 с.
445. Хейзинга, Й. Homo Ludens [Текст] : статьи по истории культуры / Й. Хейзинга, коммент. Д. Э. Харитоновича. — М. : Прогресс : Традиция, 1997. — 416 с.
446. Холод, О. М. Особливості історії виникнення і формування теорій комунікаційних технологій [Текст] / О. М. Холод // Світ соціальних комунікацій. — 2011. — Т. 4. — С. 110-113.
447. Холод, О. М. Соціальні комунікації: соціо-і психолінгвістичний аналіз [Текст] : навч. посіб. / О. М. Холод. — 2-ге вид., доп. і перероб. — Львів: ПАІС, 2011. — 288 с.
448. Холод, О. М. Структура і види соціальних комунікацій [Текст] / О. М. Холод // Соціальні комунікації. — 2010. — № 3. — С. 32-36.
449. Цаленко, М. Ш. Основы теории информационных ресурсов:

- понятия и социальная память [Текст] / М. Ш. Цаленко // НТИ. Сер. 1. — 2004. — № 11. — С. 1-11.
450. Черный, А. И. Введение в теорию информационного поиска [Текст] / А. И. Черный. — М. : Наука, 1975. — 238 с.
451. Читахова, Л. Л. Трилог как форма общения коммуникантов в современном французском языке [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л. Л. Читахова — М., 2001. — 23 с.
452. Чміль, Г. П. Екранна культура: плюральність проявів [Текст] / Г. П. Чміль. — Х. : Крук, 2003. — 336 с.
453. Чугунов, А. В. Социальная информатика [Текст] : учеб. пособие. — СПб. : НИУ ИТМО, 2012. — 223 с.
454. Чудова, Н. В. Психологические особенности коммуникативного пространства Интернета [Текст] / Н. В. Чудова, М. А. Евлампиева, Н. А. Рахимова // Междунар. науч.-практ. конф. «Журналистика в 2000 году. Реалии и прогнозы развития» (Москва, МГУ, 2001) / сост. Е. Е. Пронина. — М. : РИП-холдинг, 2002. — С. 117-130.
455. Шайкевич, А. Я. Введение в лингвистику [Текст] : учеб. пособие / А. Я. Шайкевич. — М. : Изд-во Рос. открытого ун-та, 1995. — 302 с.
456. Шалимов, А. Б. Институализация социальных медиа [Электронный ресурс] / А. Б. Шалимов. — Режим доступа : <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/574-2012-01-17-04-32-03>
457. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Текст] : учебник / Ф. И. Шарков. — М. : Дашков и К, 2010. — 592 с.
458. Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации [Текст] : учебник / Ф. И. Шарков. — М. : Соц. отношения : Перспектива, 2003. — 320 с.
459. Швецова-Водка, Г. Н. Документ в свете ноокоммуникологии [Текст] / Г. Н. Швецова-Водка. — М. : Литера, 2010. — 381 с.
460. Шейко, В. Культурологічно-глобалізаційні процеси в сучасному інформаційному полі України [Текст] / В. М. Шейко // Вісник Харків. держ. акад. культури. — Х., 2009. — Вип. 26. — С. 4-30.
461. Шемаєва, Г. В. Електронні ресурси бібліотек України в системі наукових комунікацій [Текст]: монографія / Г. В. Шемаєва ; Харків. держ. акад. культури. — Х. : ХДАК, 2008. — 289 с.

462. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием [Текст] : [пер. с англ.] / Г. Шиллер ; науч. ред. Я. Н. Засурский. — М. : Мысль, 1980. — 326 с.
463. Шлыкова, О. В. Культура мультимедиа [Текст] : учеб. пособие / О. В. Шлыкова. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 416 с.
464. Шнейдер, В. Б. Коммуникация, нормативность, логика [Текст] / В. Б. Шнейдер. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. — 250 с.
465. Шугуров, М. В. Основные направления деятельности ООН в сфере развития Интернета [Текст] / М. В. Шугуров // Правовые вопросы связи. — М. : Юрист, 2012. — № 1. — С. 9-13.
466. Эйзенштейн, С. М. Четвертое измерение в кино [Текст] / С. М. Эйзенштейн // Монтаж. — М. : Музей кино, 2000. — С. 503—517.
467. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Текст] / У. Эко ; пер. с итал. А. Г. Погоняйло и В. Г. Резник. — СПб. : Петрополис, 1998. — 432 с.
468. Энциклопедический словарь [Текст]. Т. 26. Репринтное воспроизведение издания Ф. А. Брокгауз–И. А. Ефрон. 1890 г. – Ярославль : Терра, 1991. — 962 с.
469. Эффективная коммуникация: история, теория, практика [Текст] : словарь-справочник / отв. ред.. М. И. Панов ; сост. М. И. Панов, Л. Е. Тумина. — М. : Агентство «КРПА Олимп, 2005. — 960 с.
470. Якобсон, Р. О. Речевая коммуникация: язык в отношении к другим системам коммуникации [Текст] / Р. О. Якобсон // Избранные работы. — М. : Прогресс, 1985. — С.306-330.
471. Яковец, Ю. В. Эпохальные инновации XXI века [Текст] / Ю. В. Яковец. — М. : Экономика, 2004. — 444 с.
472. Якупов, А. Н. Музыкальная коммуникация (история, теория, практика управления) [Текст] : автореф. ... д-ра искусствоведения / А. Н. Якупов. — М., 1995. — 48 с.
473. Яцемірська, М. Культура фахової мови журналіста [Текст] : навч. посіб. / М. Яцемірська. — Л. : ПАІС, 2004. — 368 с.
474. Andersen, P. V. A Theory of Computer Semiotics. Semiotic Approaches to Construction and Assessment of Computer Systems[Text] / P. V. Andersen. — Cambridge : Cambridge University Press, 1990. — 416 p.
475. Beauchamp, T. L. Methods and principles of biomedical ethics [Электронный ресурс] // J. Med. Ethics 2003/ — Vol. 29, Issue 5. — Режим доступа : <http://jme.bmj.com/content/29/5/269.full>

476. Calvert, S. The Social Impact of Virtual Environment Technology in K. Stanney (Ed.) Handbook of Virtual Environments: Design, Implementation, and Applications? [Text]. — Erlbaum, Mahwah, NJ, pp. 663-680.
477. Castells, M. The Information Age: Economy, Society, and Culture [Text]. Vol. 1. The Rise of the Network Society. Blackwell Publishers, 2000; Vol. 2 The Power of Identiti. Blackwell Publishers, 2003; Vol. 3. End of Millenium. Blackwell Publishers, 2003.
478. Dimbleby, R. More Than Words. An Introduction to Communication [Text] / R Dimbleby, G Burton — New York : Routledge, 1998.
479. Drescher, B. E. The Contrastive Hierarchy in Phonology [Text] / B. E. Drescher — Cambridge : University Press, 2009, 280 p.
480. Gazendam, H. W. M. Organizational Semiotics: a State of the Art Report [Text] / H. W. M. Gazendam // Semiotix. — 1998. — 2004. — Vol. 1, Iss. 1. — P. 1–5.
481. Grau, O. Virtual Art: From Illusion to Immersion [Text] / O. Grau. — Cambridge-London : MIT Press (Leonardo), 2003. — 430 p.
482. Habermas, J. Theorie des Kommunikativen Handelns [Text] 2 Bdn. — Frankfurt am Main, 1997.
483. Hansen, A. Environment, Media and Communication [Text] / A. Hansen. — London, Taylor & Francis, 2009. — 235 p.
484. Kinsella, A. R. Language Evolution and Syntactic Theory [Text] / A. R. Kinsella. — Cambridge : University Press, 2009, 222 p.
485. Kurzweil, R. The Singularity Is Near [Text] / R. Kurzweil. — N. Y. : Viking, 2005. — 602 p.
486. Lancaster, F. W. Toward paperless information systems [Text] / F. W. Lancaster. — New York: Academic Press, 1978.
487. Matras, Y. Language contact. Cambridge Textbooks in Linguistics [Text] / Y. Matras — Cambridge : Cambridge University Press, 2009.
488. Pask, P. A comment, a case history and a plan [Text] / P. Pask // Cybernetics. Art and Ideas. Ed. By Jasia Riechard. Studio Vista, London, 1971 — C. 76-110.
489. Popper, F. From Technological to Virtual Art [Text] / F. Popper MIT Press (Leonardo), Cambridge-London, 2007 — 471 p.
490. Rushkoff, D. Program or Be Programmed: Ten Commands for a Digital Age [Text] / D. Rushkoff. —New York : OR Books, 2010. — 152 p.
491. Stuart, A. Umpleby. Fundamentals and history of Cybernetics [Электронный ресурс] / A. Stuart // World Multi-Conference on

- Systemics, Cybernetics, and Informatics. – Orlando, Florida. — 2006. — July 16. — Режим доступа: <http://www.gwu.edu/~umpleby/cybernetics/>
492. Thomas, R. Peltier Information Security Policies and Procedures [Text] : A Practitioner's Reference, Second Edition. Taylor & Francis, 2004, 408 p.
493. Tomlinson .1. Cultural Imperialism: a Critical Introduction [Text] — L. : Pinte, 1991. — 198 p.
494. Weiß, M. What is Computer Art? An attempt towards an answer and examples of interpretation [Электронный ресурс] / M. Weiß — Режим доступа: http://www.medienkunstnetz.de/themes/generativetools/computer_art/
495. Wharton, T. Pragmatics and Non-Verbal Communication [Text] / T. Wharton. -- Cambridge University Press, 2009 — 219 p.
496. Wilson, S. Information Arts. Intersections of Art, Science and Technology [Text] / S. Wilson — MIT Press (Leonardo), Cambridge-London, 2002 — 645 p.

Наукове видання

Моїсєєва Наталія Іванівна

**Соціально-комунікаційна діяльність
як історико-суспільна практика**

Монографія