

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ПОНЯТТЯ В НАУКОВІЙ ГАЛУЗІ «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

Олександр Холод  
(Київ, Україна)

*Стаття присвячена аналізу поняття «соціальні комунікації» в межах понятійно-категоріального апарату наукової галузі «соціальні комунікації». Автор визначає як семантику зазначеного терміна, так і суть його поняття, а також визначає основи методології галузі.*

**Ключові слова:** соціальні комунікації, соціальна комунікація, методи.

*Статья посвящена анализу понятия «социальные коммуникации» в пределах понятийно-категориального аппарата научной отрасли «социальные коммуникации». Автор определяет как семантику упомянутого термина, так и суть его понятия, а также определяет основы методологии отрасли.*

**Ключевые слова:** социальные коммуникации, социальная коммуникация, методы.

*The article is devoted to the analysis of the concept «social communications» within the limits of concept-category apparatus of the scientific branch «social communications». An author determines both semantics of the noted term and essence of his concept, and also determines bases of methodology of the branch.*

**Key words:** social communications, social communication, methods.

**Постановка проблеми** Термін «соціальні комунікації» нині по-різному трактують. Автори журналу «Комунікація» пропонують визначати соціальну комунікацію як «обмін між людьми або іншими соціальними суб'єктами цілісними знаковими повідомленнями, у яких відображені інформація, знання, ідеї, емоції тощо, обумовлений цілим рядом соціально значимих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві» [6]. Автори статті про комунікацію додають, що словосполучення «соціальна комунікація» пояснюється як:

- 1) «передача інформації, ідей, емоцій у вигляді знаків, символів;
- 2) процес, що пов'язує частини соціальної системи одна з одною;
- 3) механізм, що дозволяє визначати поведінку іншої людини» [6].

Різні тлумачення термінологічного словосполучення «соціальні комунікації», що пов'язано з різними науковими реаліями, нині формує у молодих науковців (та й у тих, хто не є молодим за віком, але прагне розібратися з термінологічною «плутаниною») «семантичну розгубленість». У згаданому ми вбачаємо нагальну проблему, вирішенню якої і присвятили своє дослідження.

**Актуальність** згаданого дослідження полягає у таких положеннях:

1) розгалуження семантики термінів «соціальні комунікації» як поняття соціально-комунікаційного інжинірингу і терміну «соціальні комунікації» як назви наукової галузі за шифром 27 у переліку наукових спеціальностей України [4] є нагальним нині у зв'язку з необхідністю упорядкування вживання терміна «соціальні комунікації»;

2) детальна й фахова диференціація значень двох згаданих у п. 1) термінів необхідна для визначення конкретних методологічних систем дослідження як наукової галузі «соціальні комунікації», так і явища соціально-комунікаційного інжинірингу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Далі ми здійснюємо аналіз важливих нині думок щодо семантики терміна «соціальні комунікації». Наприклад, Г.Г. Почепцов вважає, що соціальні комунікації «налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього як короткотривалий (тактичний), так і довготривалий (стратегічний) інструментарій. Освіта, бібліотеки чи наука як стратегічний інструментарій підтримують домінуючі моделі світу, які належать даному виду суспільства» [6].

Декрет Другого Ватиканського собору від 4 грудня 1963 року запропонував таке визначення терміну, що обговорюється: «соціальні комунікації це процес який відбувається серед людей і для людей» [16].

Соціальні комунікації визначають і як зібрання комунікаційних положень. Наприклад, О.М. Холод запропонував визначати соціальні комунікації як «галузь знань, що вивчає організаційно впорядковану систему документів, їх масиви, продукти засобів масової комунікації та інформаційні технології, що забезпечують реалізацію інформаційних процесів і намірів при безпосередній участі членів комунікативного процесу» [12, с. 35].

Наприклад, В.В. Різун вважає, що «під соціальними комунікаціями необхідно розуміти таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціально-комунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» [8, с. 7]. Слід звернути увагу на обмеження в понятійному плані, які пропонує враховувати В.В. Різун: такі «комунікації є соціально маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей». Автор попереджає про те, що «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільно комунікаційної справи» [8, с. 7].

Як В.В. Різун, так і В.О. Ільганаєва й О.М. Холод розрізняють терміни «соціальна комунікація» (однина) і «соціальні комунікації» (множина).

Ільганаєва В.О. вважає, що соціальна комунікація (однина) як

феноменологічний прояв об'єкта теорії соціальних комунікацій – це «цілеспрямований обмін соціально значущою для її учасників інформацією й знаннями». Автор пояснює: інформація «ґрунтується на програмованій комунікативній дії» [10, с. 296–297]. Автор пояснює, що соціальна комунікація є частковим випадком соціальної взаємодії. При цьому, на думку В.О. Ільганаєвої, яка посилається на С.В. Бориснева [1], соціальна комунікація є «діяльністю людей, яка зумовлена цілою низкою соціально значущих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві». З іншої сторони, соціальна комунікація розуміється як «обмін інформацією між соціальними суб'єктами». Обмін, згідно з автором, яка посилається на Ф.І. Шаркова [15], може здійснюватися між індивідами, індивідом і суспільством, спільнотами, спільнотами й інститутом, соціальними інститутами тощо.

Отже, аналіз останніх публікацій щодо зазначеної проблеми дав нам можливість сформулювати мету дослідження.

**Мета статті** полягає в пошуку і визначенні конкретних дефініцій терміна «соціальні комунікації» як соціально-комунікаційний інжиніринг та терміна «соціальні комунікації» як назви наукової галузі за шифром 27 у переліку наукових спеціальностей.

**Виклад основного матеріалу.** Останніми десятиліттями дослідники (В.О. Ільганаєва, В.П. Конецька, В.В. Різун, А.В. Соколов, О.М. Холод, Ф.І. Шарков) пропонують різні підходи до тлумачення явища «соціальні комунікації». Далі аналізуємо лише декілька думок щодо мети нашого дослідження.

Слід зазначити, що соціальну комунікацію (однина) А.В. Соколов тлумачить дещо інакше, вважаючи її рухом смислів у соціальному часі й просторі. Соколов А.В. трактує соціальну комунікацію як «механізм надбудови, утворення стійкої і поновлюваної узгодженості» [9]. Автор наполягає на тому, що соціальна комунікація здійснюється за рахунок певних знакових систем, що і є засобом зв'язку в суспільстві. Дослідник вважає соціальну комунікацію (однина) таким обміном, який забезпечує кооперативну взаємодопомогу. Саме така взаємодопомога робить можливою координацію дій великої складності. Згідно з А.В. Соколовим, соціальна комунікація як категорія визначається тим, що вона:

- 1) «характеризує найважливіший спосіб реалізації соціальних зв'язків між людьми;
- 2) фіксує умови й універсальний соціально-психологічний механізм взаємодії соціальних суб'єктів, ступінь ефективності якого виявляє себе на всіх рівнях соціокультурної організації суспільства;
- 3) означає особливий вид мотивованої і цілесумовленої активності, спрямованої на обмін ідеями, знаннями й досвідом, уявленнями й емоціями, нормативно-ціннісними зразками діяльності й поведінки, що пронизують всі сторони образу життя людей» [9].

Ільганаєва В.А., здійснюючи тлумачення соціальної комунікації А.В. Соколовим, пояснює, що визначення соціальної комунікації як

феноменологічного ефекту дає можливість розуміти його (ефект) як систему «соціальних комунікацій завдяки об'єднанню обширної і багатообразної за змістом комунікаційної діяльності в суспільстві, що породжує її об'єктне підґрунтя» [10, с. 298].

Соціальну комунікацію (однина) Ф.І. Шарков вважає предметом спеціальної галузі соціології – соціології комунікації. Автор навіть називає таку галузь «соціо-комунікація», підкреслюючи її (галузі) соціологічне коріння. Дослідник пропонує вивчати соціальну комунікацію (однина) завдяки ознайомленню з різними напрямками, науковими школами, теоріями, які він умовно об'єднав у три групи комунікації, що ґрунтуються на:

- соціальній,
- мовній,
- суто комунікативній основі [14].

Джерелами соціальної комунікації Ф.І. Шарков вважає вивчення соціальних факторів, які сприяють формуванню соціального знання й оцінних категорій комунікації. Автор вважає, що термін «соціальна комунікація» нині застосовується в трьох методологічних контекстах. *Перший* підхід орієнтований на вивчення «комунікативних засобів з метою їх використання для реалізації соціальних функцій комунікації». *Другий* підхід ґрунтується на проблемах міжособистісної комунікації. *Третій* підхід пов'язаний із проблемами впливу масової комунікації на розвиток суспільних відносин. Графічно методологічні підходи до вивчення соціальної комунікації можна відбити в схемі (див. рис. 1 далі).

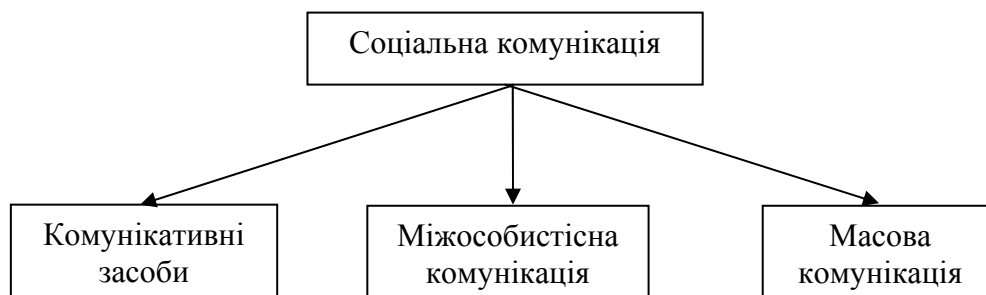


Рис. 1. Підходи до вивчення соціальної комунікації  
(за: Шарков Ф.І., 2003 [15])

Запропоноване Ф.І. Шарковим бачення вивчення соціальної комунікації враховує концептуальні підходи до соціальної комунікації (однина) як до галузі соціології. Але для формування повного уявлення до вивчення багатогранного явища соціальних комунікацій (множина) з позицій проектування моделей спілкування слід звернутися до терміну «соціально комунікаційний інжиніринг», який вживається в працях комунікативістів-медіазнавців Г.Г. Почепцова, В.В. Різуна [5; 8]. Значення терміна «соціально-комунікаційний інжиніринг» розглядається при врахуванні значення терміна «інжиніринг – творче застосування наукових методів і принципів до проектування і розробки будівель (споруд), машин, апаратів, виробничих процесів і методів їх використання окремо або в комбінації; до будівництва й експлуатації,

прогнозам поведінки всього цього в специфічних умовах експлуатації – при обліку функціонального призначення, економічності використання і безпеки для життя і майна» [3]. Термін «інжиніринг» також трактується як «послуги інженерно-консультаційного плану або відповідні роботи, які мають дослідницький, проектно-конструкторський або розрахунково-аналітичний характер... інжиніринг створює об'єкти і продумує їх експлуатацію, базуючись на наукових знаннях». Інжинірингом також називають підготовку «техніко-економічних обґрунтувань проектів, надання рекомендацій в області організації виробництва і управління... Інжиніринг включає надання рекомендацій відносно доріг і прийомів реалізації продукції... Основний процес інжинірингу – розробка виробничих технологій» [2]. Різун В.В. у виступі на пленарному засіданні першого Міжнародного симпозіуму «Світ соціальних комунікацій» (20–21 квітня 2011 року) визначив, що «...методологічним підходом до вивчення явищ, процесів, функцій соціальних комунікацій є соціально-комунікаційний підхід: фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціально-комунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу» [8, с. 10].

Аналіз інжинірингу з позицій соціальних комунікацій дозволяє перефразувати визначення й прийняти його у такому формулюванні: *соціально-комунікаційний інжиніринг* – це створення, прогнозування, адаптація і реалізація комунікаційних технологій, стратегій і моделей соціальної дії, взаємодії і стосунків між соціальними фігурантами (суб'єктами й об'єктами) з метою здійснення маніпуляції (позитивного або негативного впливу). Вивчення соціальних комунікацій із позицій соціально-комунікаційного інжинірингу графічно зображено на рис. 2 (див. далі).

Визначаючи основні вимоги до формулювання дефініції терміна «соціальні комунікації», В.В. Різун запропонував такий перелік елементів:

1) «різні види організованої публічної інституціолізованої взаємодії (комунікаційної діяльності) у суспільстві між соціальними інститутами й споживачами відомостей, які продукуються, зберігаються та поширюються цими інститутами;

2) за допомогою комунікаційних технологій та технологічно визначених каналів, способів і засобів зв'язку;

3) при наявності виробництва відомостей (соціальної інформації);

4) які створюються залежно від потреб, мети, завдань і стратегічно спрямовані на формування соціального поля, громадської думки, впливають на прийняття рішень у соціумі;

5) це такі види комунікаційної діяльності, які передбачають утворення суспільної комунікаційної системи, що функціонує за законами спілкування і включає соціально-комунікаційні інститути, тобто такі соціальні інститути, які спеціалізуються на комунікаційній діяльності» [7, с. 35–36].

На думку В.В. Різуна, «основними ознаками соціальних комунікацій є те, що вони:

- рукотворні, штучні, придумані людьми, фахівцями, є артефактами;

- технологічні;
  - забезпечують функціонування ідей, відомостей, поглядів тощо (соціально значущої інформації) у вигляді різного роду документів;
  - стратегічні;
  - системні;
  - організовані;
  - інституціоналізовані й передбачають створення соціально-комунікаційних інститутів та наявність у них професіоналів;
  - публічні;
  - мають діяльнісний характер, перетворюють спілкування у комунікаційно-виробничу діяльність;
  - передбачають продукування ідей, відомостей, поглядів тощо у вигляді різного роду творів (інформаційне виробництво);
  - не можуть існувати без соціальної пам'яті;
- тримаються не тільки на морально-етичних засадах, а мають і правову основу» [7, с. 35–36].

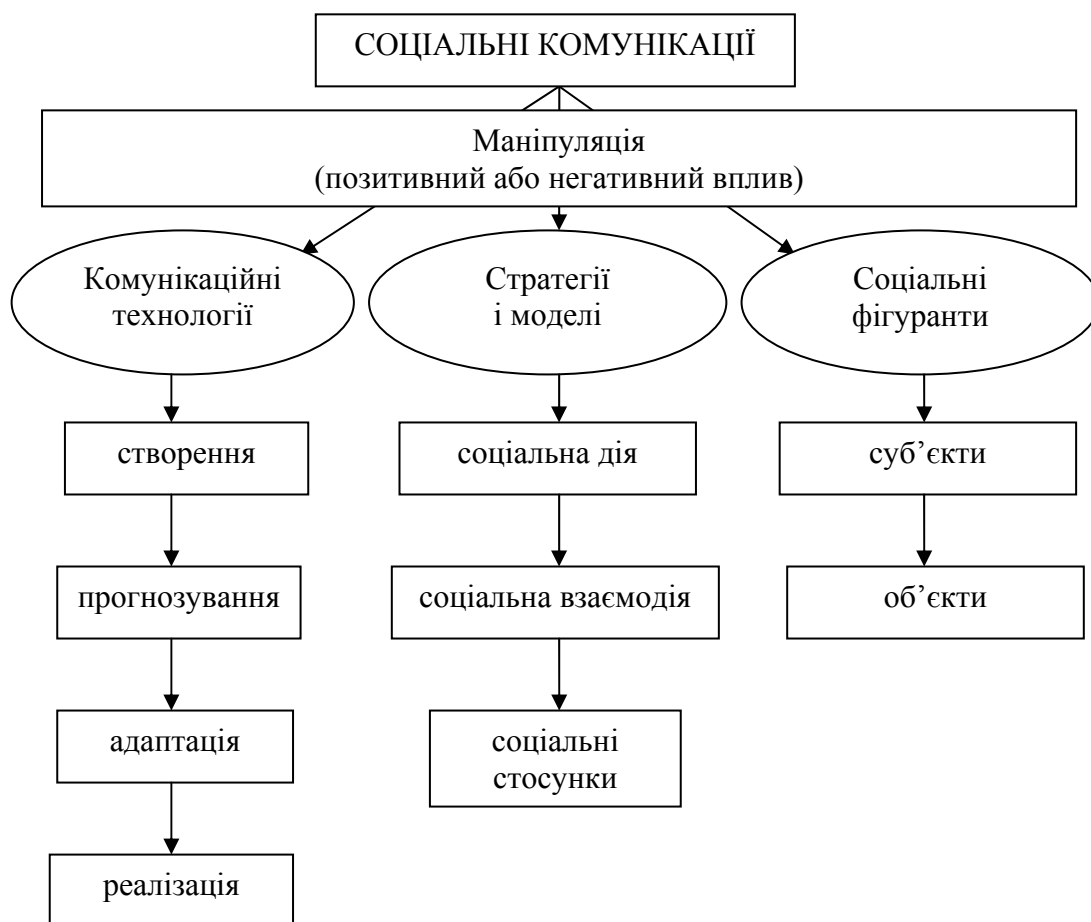


Рис. 2. Вивчення соціальних комунікацій із позицій соціально комунікаційного інжинірингу (за: Холод О.М., 2012 [13])

Соціологи пропонують визначати соціальні комунікації як «область наукового знання, що займається вивченням процесів поширення і циркуляції

інформації в суспільстві» [11]. Автори сайту додають: «соціальна комунікація – складне суспільне явище, що включає сукупність ідей, теорій, стосунків, організацій і установ». Вважається, що соціальну комунікацію слід розгалужувати на три групи за різними ознаками:

1 група – міжособистісна, групова чи масова (ознака: характер цільової аудиторії);

2 група – офіційна й неофіційна (ознака: джерело повідомлення, його автор);

3 група – вербальна та невербальна (ознака: наявність/відсутність мовлення як засобу спілкування) [11].

Дослідники – автори сайту *sotsiologia.ru* називають соціальну комунікацію предметом соціології, який вивчає передачу і здобуття смислової і оцінної інформації і в плані впливу на їх відношення до соціальних цінностей даного суспільства і соціуму в цілому [11].

**Висновки.** У подальшому в науковому обігу слід вживати термін «соціальні комунікації» тільки в множині. При цьому слід мати на увазі, що термін має два таких значення:

1) соціально-комунікаційний інжиніринг (процес створення, прогнозування, адаптація і реалізація комунікаційних технологій, стратегій і моделей соціальної дії, взаємодії і стосунків між соціальними фігурантами (суб'єктами й об'єктами) з метою здійснення маніпуляції (позитивного або негативного впливу).);

2) наукова галузь «соціальні комунікації» (елемент науки як творчої діяльності з отримання нових знань і результат цієї діяльності у вигляді цілісної системи знань, сформульованих на основі певних принципів; система знань про закономірності розвитку природи, суспільства і мислення).

**Перспективи подальших розвідок.** У майбутньому слід чітко визначити діапазон методів наукової галузі «соціальні комунікації» і методів вивчення процесів, що називають «соціально-комунікаційний інжиніринг».

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бориснев С.В. Социология коммуникаций : учеб. пособ. / Бориснев С.В. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 270 с.
2. Инжиниринг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://avisltd.ru/avis/inginiring.php>
3. Инжиниринг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.imperiavkusa.ru/winteq/winteq.php?inc=archive/003\\_2004\\_01/art\\_1](http://www.imperiavkusa.ru/winteq/winteq.php?inc=archive/003_2004_01/art_1)
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 року за № 1718; а також див.: Наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України «Про затвердження Переліку наукових спеціальностей» № 1057 від 14.09.2011 (Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 30 вересня 2011 р. за № 1133/19871)
5. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Почепцов Г.Г. – М. : Альтерпрес, 2008. – 407 с.
6. Почепцов Г.Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології /

- Почепцов Г.Г. // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19–26.
7. Різун В.В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / Різун В.В. // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 35–36.
  8. Різун В.В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / Різун В.В. // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 1. – с. 7, 10.
  9. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации / Соколов А.В. – СПб. : Издательство Михайлова, 2002. – 449 с.
  10. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник [авт.-сост. В.А. Ильганаева]. – Харьков : КП «Городская типография», 2009. – С. 296–297.
  11. Социальная коммуникация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://sotsiologia.ru/sociology/2007/10/09/sociology\\_6116.html](http://sotsiologia.ru/sociology/2007/10/09/sociology_6116.html)
  12. Холод О.М. Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Холод О.М. – Львів : ПАІС, 2011. – С. 35.
  13. Холод О.М. Соціальнокомунікаційний інжиніринг як методологія дослідження соціальних комунікацій / Холод О.М. // Світ соціальних комунікацій. – 2012. – Т. 8. – С. 7–12.
  14. Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации / Шарков Ф.И. // Социологические исследования. – 2001. – № 8. – С. 52–61.
  15. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации : учебник / Шарков Ф.И. – М. : Изд. дом «Соц. отношения», изд-во «Перспектива», 2003. – 248 с.
  16. Decree on the media of social communications «Inter mirifica» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19631204\\_inter-mirifica\\_en.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_en.html)