

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Бучковська О.Ю.

*кандидат культурології, старший викладач,
Рівненський державний гуманітарний університет*

СОЦІАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Комунікація як одна з провідних галузей наукового знання, зміст та форми якого потрапляють у поле зору багатьох наук соціально-гуманітарного, природничо-наукового та технічного циклів, є необхідною умовою існування людського суспільства та природних спільнот.

Комунікація містить у собі значення як передачі повідомлення, так і співучасті. Ще у 1965 р. у книзі «Зовнішньополітична комунікація» У. Ф. Девісон писав: «Комунікація» – незграбне слово. Було б чудово, якби можна було обійтись без нього. Воно використовується у таких багаточисленних контекстах, що набуло цілого ряду різних значень..., використовують цей термін для характеристики взаємодії між людьми, ...визначають «комунікацію» як процеси, за допомогою яких люди впливають на оточуючих, розглядають цілі суспільства як системи комунікації...» Термін «комунікація» є майже незамінним при міжнародному обміні ідеями, оскільки інші терміни стосуються лише окремих частин або сторін цього процесу [1, с. 78].

Теорія комунікації являє собою багаторівневу систему комунікаційного знання, в якій кожен з рівнів узагальнює та інтегрує теоретичні результати досліджень комунікативних процесів в природі, суспільстві та техніці.

Природничо-наукові та технічні уявлення про комунікативний процес історично складались незалежно один від одного і мають відповідно характерні ознаки гуманітарного та технічного підходів, а розвиток суспільства супроводжується удосконаленням засобів комунікації і пошуком все більш ємких каналів для передачі думок та емоцій, механізмів регуляції комунікативної поведінки.

Сучасна теорія комунікації оперує достатньо розробленим категоріальним апаратом, що свідчить про високу ступінь розробленості комунікативістики. У ХХ ст. термін «комунікація» був введений у широкий науковий обіг, набув соціального звучання, що обумовило його вивчення у контексті суспільних відносин і використання у різних галузях знання.

Західний соціолог Дж. Гербнер виокремив три головні етапи у розвитку комунікації:

- доіндустріальний, який відбувався «обличчям до обличчя» й охоплював всю спільноту;
- друкований, який був створений першою індустріальною революцією;

- телевізійний, який з'явився завдяки другій індустріальній революції [4, с. 174].

Комунікація являє собою процес взаємозв'язку і взаємовпливу всіх основних компонентів, які відіграють певну роль у створенні, переробці, передачі та прийомі соціальної інформації. Тобто соціальну комунікацію можна розглядати як інформаційну взаємодію, в процесі якої поширюється інформація, розрахована на певну категорію людей у суспільстві. Комунікаційні канали та засоби є інструментом забезпечення інформаційної взаємодії, яка як процес соціально детермінований, вимагає удосконалення існуючих норм і стандартів та вироблення нових комунікаційних процедур, пов'язаних із розвитком високотехнологічного суспільства.

І. Федякін зазначає, що комунікаційні процеси, що відбуваються у суспільстві можуть бути об'єднані категорією «соціальна комунікація» сутністю якої є соціально обумовлений процес виробництва та циркуляції повідомлень, про життя суспільства. Цей процес включає матеріальні та духовні аспекти, змістовний елемент та функціонування засобів та каналів соціальних зв'язків [2]. Отже, явище комунікації розглядається не саме по собі, а у тісному взаємозв'язку із економічними та соціальними умовами, процесами життя.

У 80-х роках ХХ ст. різні способи комунікації стали вивчатись соціологами, які займались аналізом соціальної сутності спілкування, яке розуміли як наслідок закономірностей функціонування суспільства, взаємодії членів цього суспільства, становлення та розвитку особистості, організацій, суспільних інститутів. На основі цих наукових напрямків, комунікаційний процес був пов'язаний із особистістю учасника спілкування, який є представником певного суспільства і характеристики якого в тому чи іншому ступені відповідають рівню розвитку цього суспільства. На нашу думку, інформаційна взаємодія допомагає особистості визначитись із ціннісно-орієнтаційними напрямками її подальшого соціально-культурного розвитку, адже у всьому багатстві її здібностей, потреб і форм існування, відбувається реалізація та самовизначення особистості, формується самосвідомість та самоусвідомлення нею своєї ролі у соціокультурних перетвореннях.

Дж. Гербнер пов'язуючи комунікацію із суттю і роллю повідомлень у суспільстві визначає такі взаємопов'язані компоненти комунікативних досліджень:

- коди і модуси: як декодується повідомлення, як його структурувати в усіх формах – вербальній, невербальній і т. п.;

- обмін: що відбувається, коли ми отримуємо повідомлення, які характеристики ми приписуємо повідомленням, які соціальні, індивідуальні ролі виконуємо, коли інтерпретуємо і використовуємо повідомлення;

- системи та інституції: необхідно приділяти увагу великим системам – таким, як мас-медіа, а також комунікативним компонентам в інших організаціях [4, с. 176].

На сучасному етапі розвитку суспільства комунікація, комунікаційна культура, комунікаційна компетентність, є важливими можливостями

розширення взаємозв'язків між людьми та впливу на розвиток соціокультурного процесу. Розуміння соціокультурного процесу є багатоаспектним та багатовимірним, і ґрунтується на раціональній поведінці суб'єктів в організації життя, свідомому підході у поєднанні духовних і моральних цінностей із прагненням поліпшення матеріальних умов. У цьому сенсі комунікація дозволяє зберегти та збагатити духовно-етичний потенціал суспільства, розширювати сферу комунікацій, слугувати основою для збереження самобутності суспільства, реалізувати захист інтересів певних груп суспільства.

Дж. Гербнер підкреслював суспільний напрям комунікації, як інструменту передачі «повідомлень», які мають «загальну значущість», становлять інтерес для сфери влади і політики. Суспільна цінність комунікації підвищилася у наш час, коли соціальна взаємодія за участю масових засобів набула настільки широких (національних та транснаціональних) масштабів, що стала відчутно впливати на форми політики і громадського устрою [3].

Багатоаспектність поняття «комунікація» дозволяє умовно виділити одне з її значень – соціальне, що використовується для позначення і характеристики різноманітних зв'язків та відносин, що виникають у людському суспільстві. Тому філософи, соціологи, політологи, лінгвісти, психологи в тому чи іншому ступені звертаючись до комунікативної проблематики розглядають її безмежною та різноманітною як саме людське суспільство, або навіть оточуючий нас світ.

Список використаних джерел:

1. Боров В. Ю. Культура и массовая коммуникация / В. Ю. Боров, А. В. Коваленко ; отв. ред. А. И. Арнольдов. – М., 1986. – 301 с.
2. Федякин И. А. Общественное сознание и массовая коммуникация / И. А. Федякин. – М., 1990. – 328 с.
3. Gerbner G. Communications in the 21 st Century / G. Gerbner, R. W. Haigh, R. B. Byrne, etc. – N. Y. : Wiley & Sons, 1981 ; Те саме [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://books.google.com.ua/books>
4. Gerbner G. Toward a General Model of Communication / G. Gerbner // Audio-Visual Communication Review. – 2006. – Vol. 4. – P. 171–199.