

УДК 1:316.4
ББК Ю 87.6
Д 43

*Рекомендовано до друку
Вченою радою Науково-дослідного центру правової інформатики
Національної академії правових наук України
(протокол № від лютого 2012 р.)*

Рецензенти:

- Пилипчук В. Г.** — доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент Національної академії правових наук України, Заслужений діяч науки і техніки України, директор Науково-дослідного центру правової інформатики Національної академії правових наук України;
- Данильян О. Г.** — доктор філософських наук, професор, Заслужений працівник освіти України, завідувач кафедри філософії Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»;
- Панфілов О. Ю.** — доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Харківського інституту фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі.

Дзьобань О. П.

Філософія інформаційних комунікацій: Монографія. — Харків: Майдан, 2012. — 224 с.
ISBN 000-0000-00-0

У монографії досліджується феномен інформаційних комунікацій з точки зору філософського узагальнення. Інформаційні комунікації досліджуються як культурно-історичний феномен, породжений складними, у тому числі й сучасними процесами соціокультурних відносин і взаємодій. Розглянуто місце інформації й інформаційних комунікацій у процесі еволюції соціально-організованої матерії, а також трансформації інформаційних комунікацій у сучасному суспільстві

Видання розраховане на фахівців, експертів і вчених, викладачів, аспірантів, студентів та усіх, хто цікавиться проблемами інформації, інформаційних комунікацій, інформаційного суспільства.

УДК 1:316.4
ББК Ю 87.6

*При повному або частковому відтворенні матеріалів
монографії посилання на видання є обов'язковим.*

© Дзьобань О. П., 2012

ПЕРЕДМОВА

Існування людства на планеті Земля, формування і розвиток суспільства і держави пов'язані з інформацією й зумовлені нею. Інформація в історії розвитку цивілізації завжди відіграла визначальну роль і служила основою для ухвалення рішень на всіх рівнях і етапах розвитку суспільства і держави. У історії суспільного розвитку можна виділити декілька інформаційних революцій, пов'язаних з кардинальними змінами у сфері виробництва, обробки і циркуляції інформації, суспільних відносин, що привели до радикальних перетворень. В результаті таких перетворень суспільство набувало в певному значенні нової якості.

Перша інформаційна революція пов'язана з винаходом писемності, що привело до гігантського якісного і кількісного стрибка в інформаційному розвитку суспільства. З'явилася можливість фіксувати знання на матеріальному носії, тим самим відчувувати їх від виробника і передавати від покоління до покоління.

Друга інформаційна революція (середина XVI ст.) викликана винаходом книгодрукування (першодрукарі Гуттенберг та Іван Федоров). З'явилася можливість тиражування й активного розповсюдження інформації, зросла доступність людей до джерел знань. Ця революція радикально змінила суспільство, створила додаткові можливості залучення до культурних цінностей відразу широких верств населення.

Третя інформаційна революція (кінець XIX ст.) обумовлена винаходом електрики, завдяки якій з'явилися телеграф, телефон, радіо, що дозволило оперативно передавати й накопичувати інформацію в значних обсягах. Наслідок цієї революції — підвищення ступеня розповсюдженості інформації, підвищення інформаційного «охоплення» населення засобами віщання. Підвищилася роль засобів масової інформації як механізмів

розповсюдження повідомлень і знань на великих територіях і забезпечення ними громадян, що проживають на них, підвищилася доступність членів суспільства до повідомлень і знань. Істотно зросла роль інформації як засобу впливу на розвиток суспільства й держави, з'явилася можливість оперативного спілкування людей між собою.

Четверта інформаційна революція (середина ХХ ст.) пов'язана з винаходом обчислювальної техніки й появою персонального комп'ютера, створенням мереж зв'язку й телекомунікацій. Стало можливим накопичувати, зберігати, обробляти і передавати інформацію в електронній формі. Зросли оперативність і швидкість створення і обробки інформації, у пам'яті комп'ютера стали накопичуватися практично необмежені обсяги інформації, збільшилася швидкість передачі, пошуку й отримання інформації.

Сьогодні ми переживаємо п'яту інформаційну революцію, пов'язану з формуванням і розвитком трансграничних глобальних інформаційно-телекомунікаційних мереж, що охоплюють всі країни і континенти, проникають в кожен будинок і впливають одночасно і на кожну людину окремо, і на величезні маси людей. Найбільш яскравий приклад такого явища і результат п'ятої революції — Інтернет. Суть цієї революції полягає в інтеграції в єдиному інформаційному просторі по всьому світу програмно-технічних засобів, засобів зв'язку і телекомунікацій, інформаційних запасів або запасів знань як єдиної інформаційної телекомунікаційної інфраструктури, в якій активно діють юридичні й фізичні особи, органи державної влади і місцевого самоврядування. У результаті неймовірно зростають швидкості і об'єми оброблюваної інформації, з'являються нові унікальні можливості виробництва, передачі й розповсюдження інформації, пошуку і отримання інформації, новий вигляд традиційної діяльності в цих мережах.

Проблема філософського дослідження інформаційних комунікацій пов'язана з тим, що надзвичайно динамічне і масове використання нових інформаційних технологій у сучасному суспільстві здатне кардинальним чином вплинути на систему формування соціального досвіду і на зміну глибинних механізмів,

що формують самосвідомість людини. Сучасні технології що використовуються в інформаційному обміні, не тільки полегшують даний обмін, але й створюють специфічно нові умови, в яких комунікація, що розглядається як практична діяльність, провокує процеси відчуження інформації від конкретних учасників комунікативного процесу через комунікативну модифікацію інформації, створення нової системи масового, а можливо і тотального інформаційно-технологічного контролю за громадянами. Це призводить не тільки до змін в структурі суб'єкт-суб'єктних відносин спілкування, але і в суб'єкт-об'єктних відносинах комунікативної взаємодії, що, в свою чергу, призводить до змін у відношенні людини до самої себе як до особистості.

Символи із знарядь духовної діяльності перетворюються у самодомінуючу силу як над суб'єктом, так і над об'єктом комунікації.

Суперечки з приводу оцінки ролі і місця інформації в суспільстві на початку ХХІ століття пов'язані з появою перших емпіричних наукових досліджень в різних країнах, які показали, що далеко не всі очікувані позитивні наслідки бурхливого розвитку інформаційно-комунікативних технологій на суспільство відбулися, а багато з цих наслідків виявився достатньо суперечливими з точки зору їх оцінки сучасними дослідниками.

Ці та інші події ініціювали запеклі дебати у науковому середовищі про те, чи здатні технологічні зміни в інформаційній сфері вплинути на соціальні відносини і взаємодії. Головним водорозділом у поглядах соціальних філософів, соціологів, політологів стали критерії переходу суспільства у новий стан. Той факт, що інформації в суспільстві стало значно більше ніхто не оспорує, але виникає питання: до яких змін у соціальній сфері це призвело?

Філософський аналіз інформаційних комунікацій та їх ролі у соціальних процесах сприятиме:

по-перше, об'єктивнішому й точнішому визначенню статусу й місця сучасних інформаційних комунікацій і методів інформаційних впливів у соціальних відносинах і взаємодіях;

по-друге, науковому аналізу основних тенденцій впливу інформаційних комунікацій на формування особливостей взаємодії

між індивідами й соціальними групами, а також інтеграційних і глобалізаційних тенденцій у світовій спільноті;

по-третє, вивченню наслідків і перспектив розвитку й розповсюдження інформаційно-комунікативних технологій в нашій країні, оскільки сучасна Україна активно включається в загальносвітовий інформаційний простір за допомогою освоєння й розвитку нових телекомунікаційних технологій.

Безумовно, окреслена у монографії проблематика є далеко не вичерпаною, але намічені вузлові моменти сприятимуть подальшому конструюванню системи філософських, соціологічних, політологічних уявлень про природу і сутність проблем інформаційних комунікацій як в їх абстракції, так і в конкретності, в історико-культурній визначеності.

Розділ 1

ПРОБЛЕМА КОМУНІКАЦІЙ У СОЦІАЛЬНІЙ РЕАЛЬНОСТІ

1.1. Концептуалізація феномена комунікації у філософському дискурсі

Комунікація торкається сьогодні практично всіх сфер буття сучасної людини — політичної, фінансово-економічної, соціальної, культурно-освітньої, побутової і т. д. Навіть побіжний погляд на суспільні трансформації, що відбуваються, свідчить про стрімкий розвиток комунікаційних процесів. Зміни комунікацій змінюють світ, його цілісність. Виникає проблема комунікацій як феномена соціального життя, невіддільного від проблеми відносин людей, які формують людину як суб'єкта, що розвиває у своїй діяльності суспільство. Зростання значущості цього явища в суспільстві, що ускладнюється, необхідність вивчення його впливу на особистість, на суспільство в цілому створює потребу теоретичного узагальнення комунікації в рамках соціальної філософії.

Посилення ролі комунікації у суспільстві, що глобалізується, призводить до того, що в центр її розгляду кладеться сфера знань про процеси, які протікають між цією категорією й категорією суспільства, їх взаємопроникнення, взаємопереходи. Це відкриває шлях до вирішення проблеми суспільства як цілого й окремих проблем одна через одну у формі специфічних концепцій соціальної філософії. Основна проблема концепції виражається в тому, що деяка частина суспільства (комунікація) розглядається як один з аспектів, який виступає стимулом розвитку цілого (суспільства), умова його розвитку.

Схожа методологія (виділення деякого змістовного ядра, яке служить основою для формування концепції цілого)

розвивається і в західній соціальній філософії, що, на думку Ю. Хабермаса, пов'язано із зростаючою роллю «комунікацій як продуктивної сили»¹. Позиція Ю. Хабермаса, що ставить проблему комунікацій в основу аналізу суспільства як цілого, служить додатковим яскравим підтвердженням тематичної й методологічної актуальності даної проблеми.

Термін комунікація (від лат. *communicatio* — повідомлення, передача) — спілкування, обмін думками, відомостями, ідеями — це специфічна форма взаємодії людей у процесі їх життєдіяльності. Комунікація в сучасних умовах є виключно важливим зрізом соціальної реальності, що володіє всією сукупністю базових ознак суспільства: просторово-часових імплузій² системності, процесуальності, структурної, функціональності (соціалізації, контролю тощо), інституційності. Тому не дивно, що про комунікацію говорять і пишуть дуже багато — саме це поняття стало вмщати в себе величезну кількість значень і контекстів. Незважаючи на таке широке розповсюдження, дане поняття є одним з самих дискусійних і поліваріантних: від уявлень на рівні процесів свідомості, світогляду й відносин між людьми до розуміння різного роду технічних мереж і операцій, що відбуваються в них. В даний час наука намагається знайти загальні властивості й закономірності, властиві багатогранному поняттю «комунікація», але поки воно багато в чому залишається інтуїтивним і одержує інваріантні смислові наповнення в різних галузях людського знання.

Існування різноманітних визначень комунікації, з одного боку, свідчить про наявність безлічі дослідницьких перспектив і підходів до аналізу, з іншого — породжує відому складність з вибором методів дослідження. Проте, ще одна важлива характеристика комунікації полягає в тому, що вона є від-

¹ Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. — М.: Наука, 1992. — С. 85.

² *Імплозія* (англ. *implosion*) — вибух, спрямований всередину; вибух зсередини, швидке руйнування під впливом внутрішніх факторів — протиставлення ерозії — повільному руйнуванню під впливом зовнішніх факторів.

правною точкою для створення розгорненої концептуалізації комунікації від початкового поняття в рамках окремих наук до категорії соціальної філософії, яка дозволить спрямовувати й структурувати теоретичне дослідження.

Звичайно, звернення до комунікації виникло не випадково. ХХІ століття характеризується істотним прогресом у комунікації. Цей прогрес виразився, по-перше, в тому, що склалися засоби масової інформації й інформатика — новий вид комунікаційної діяльності, народжений науково-технічним прогресом; по-друге, в тому, що за допомогою цього нового виду стали складатися і нові комунікаційні відносини людей; по-третє, в тому, що змінився зв'язок комунікації з виробничою і культурною діяльністю людей.

Комунікація, згідно з точкою зору К. Ясперса, є універсальною умовою людського буття. Російський філософ М. Петров підкреслює думку про те, що комунікація — найширший термін, «пов'язаний з координацією діяльності тих, хто вже став поколінням», що «живе, «абсолютно» усіх змін, які відбуваються й можливих, тобто пройшов процедуру соціалізації, успадкував певний фрагмент знання, став повноправним членом суспільства»¹. На відміну від комунікації тварин, людські форми комунікації характеризуються головним чином функціонуванням мови.

Як уже зазначалося, проблемою комунікації займалися представники самих різноманітних напрямків філософії: від трансцендентальної феноменології Е. Гуссерля й аналітичної філософії до філософської герменевтики й постмодернізму. Незважаючи на безперечний постулат, що феномен комунікації існував завжди в людському суспільстві, проте самого терміну комунікації в сьогоdnішньому розумінні, ще, строго кажучи, не було. Оскільки тема історичного аналізу витоків і еволюції поняття «комунікація» є достатньо спеціальною як для філософів, так і для істориків і філологів, проте, важливо хоча б дуже стисло представити найбільш знаменні події історії формування цього поняття.

¹ Петров М. К. Язык, знак, культура. — М.: Наука, 1991. — С. 41–42.

Витоки філософського розуміння комунікації беруть початок у старогрецькій філософії й пов'язані з діяльністю софістів, що розвивали риторику як мистецтво мови (Горгій, Гіппій, Протагор V–IV ст. до н. е.).

Сократ поклав початок моральній філософії і виробив особливий метод діалектики як способу міркування в діалозі у формі питань і відповідей через зіткнення різних точок зору (метод маевтики). Вже у той час комунікація осмислювалась не тільки як необхідна умова розвитку людини, одне з джерел її пізнання, але і як шлях усвідомлення нових знань і відкриття істини.

Продовжуючи сократівську позицію, Платон також всіляко підкреслював неможливість існування окремої ізольованої людини. Він указував на те, що сама для себе людина є недостатньою і тому прагне до спілкування. Розуміючи останнє як обмін думками між людьми, Платон в діалозі «Федр» не лише вказував на інформаційну природу спілкування, але й на його технологію у формі мови й писемності. Особисті відносини, що виникають між індивідами в процесі спілкування, зображаються ним як «розумні відносини взаємного використання»¹. Отже, у Сократа і Платона філософська рефлексія виступає у формі діалогу, як інтелектуального спілкування людей.

Творцем першої загальної схеми процесів спілкування можна назвати Аристотеля. Він формулює завдання риторики як з'ясування засобів і методів ефективного переконання. Крім того, можна відзначити найважливіший момент у становленні уявлень про комунікацію, а саме, — у Аристотеля достатньо цілеспрямовано вживається термін «спілкування» (*homilia*). У «Риторичі» він вказує, що для будь-якого акту спілкування необхідними є три елементи: 1) особа, яка говорить; 2) мова, яку ця особа вимовляє; 3) особа, яка цю мову слухає².

Грецькі традиції були розвинені стародавніми римлянами (Ціцерон, Марк Фавій Квантіліан). У цілому, антична ритори-

¹ Платон. Избранные диалоги. — М.: Художественная литература, 1965. — С. 249.

² Аристотель. Поэтика. Риторика. — СПб.: Азбука, 2000. — С. 15.

ка з'явилася першим важливим етапом у концептуалізації поняття комунікації, у становленні й розвитку комунікативної теорії та практики. Та все ж суспільна думка античності була здатна зробити лише перші кроки в даному напрямку: рівень реального розвитку був ще дуже низьким для того, щоб проблема спілкування набула серйозного значення в суспільній свідомості.

Середньовіччя в особі теоретиків риторики і практики го-мілетики¹ як мистецтва промови проповіді дещо підсилило спадщину античності. Характеризуючи специфіку комунікацій кінця епохи середньовіччя, Й. Хьойзинга відзначає: «У всякій речі шукали «мораль»... — урок, який там містився, етичне значення як найістотніше зі всього, що там було. Будь-який історичний або літературний епізод виявляв тяжіння до кристалізації у притчу, етичний зразок, приклад або довід; усілякий вислів перетворювався на сентенцію, в текст, у вислів»².

Починаючи з епохи Відродження, риторика все більше переміщає фокус дослідження комунікації у царину художньої мови.

Наступний етап в осмисленні комунікації пов'язаний з творчістю Т. Гоббса, який по суті доповнив уявлення Платона й Аристотеля про роль мови і словесних понять як інструмента спілкування. Гоббс фактично підійшов до дуже важливого висновку. Він вважав, що спілкування здійснюється за допомогою знаків (мови, жестів тощо). Зокрема, Гоббс розрізняв два види мовних імен. Імена, призначені для власного пригадування, він називав «мітками». Інші «через їх застосування» — це «знаки», коли «багато людей, що користуються одними й тими ж словами, позначають (за допомогою їх зв'язку й порядку) один одному свої поняття або думки»³. На відміну від міток, призначених для індивідуального

¹ *Гомілетика* (омілетика; стар.-грецьк. *ὁμιλητική*, омілетике — мистецтво бесіди) — церковно-богословська наука, яка вивчає правила церковної красномовності або проповідництва.

² Хьойзинга Й. Осень средневековья. — М.: Айрис-пресс, 2002. — С. 275.

³ Гоббс Т. Левиафан. // Соч. в 2 т. — М.: Мысль, 1991. — Т. 2. — С. 23–24.

користування, знаки (перш за все мовні) служать засобом спілкування між людьми.

Б. Спіноза, а потім і французькі матеріалісти XVIII ст. розглядали комунікацію як властивість людської природи. Б. Спіноза особливо підкреслював специфічність людського спілкування у зв'язку з наявністю у людей розуму і здатності раціонально мислити.

К. Гельвецій і особливо П. Гольбах, не заперечуючи в цілому раціоналістичних посилок спілкування, далі деталізують проблему, звертаючись до понять розумних потреб, користі й інтересу. У творі «Катехизис природи» П. Гольбах аналізує й окремі форми спілкування, зокрема, він зупиняється на таких проявах спілкування, як дружба, вірність, довіра тощо¹. У зв'язку з цим, П. Гольбах підкреслив важливу умову спілкування — наявність деякого передпосилочного знання, відомого його учасникам. Іншими словами, перш аніж вступати у спілкування, люди повинні володіти необхідним мінімумом зрозумілих їм значень, у які вкладається більш менш ідентичний сенс.

Німецька класична філософія розробляє категоріальний апарат, принципово значущий для концептуалізації комунікації. Людське спілкування трактується в категоріях суб'єкт-об'єктного зв'язку, тому комунікація постає як однонаправлений процес (І. Фіхте). Але вже Ф. Шлейермахер розглядає спілкування між індивідами як суб'єкт-суб'єктне відношення. Він заклав основи філософської герменевтики як мистецтва усвідомлення чужої індивідуальності, «Іншого», вводить поняття герменевтичного кола, коли текст (що розуміється як одиниця спілкування) розглядається як частка, а культура, в якій він функціонує, як ціле.

Низку нових аспектів у розуміння суті спілкування вніс Г. В. Ф. Гегель. Він фактично запропонував загальносоціологічний закон спілкування і відособлення особи в суспільстві. У «Феноменології духу» Гегель, зокрема, відзначає, що індиві-

¹ Гольбах П. А. Катехизис природи // Избранные произведения: в 2-х т. — М.: Мысль, 1963. — Т. 2. — С. 50.

дуальність «як одиничне суще явище» суперечить тому, що суть цієї індивідуальності є все ж таки «всезагальність духу»¹. Розвиваючи філософські позиції Фіхте з проблеми комунікації, Гегель пов'язує проблематику спілкування з питаннями формування індивідуальної самосвідомості. Проте початкові установки Гегеля прямо протилежні позиції Фіхте. Соціально-філософське вчення Фіхте виходило з визнання початкової «даності» й «первинності» індивідів по відношенню до їх можливих і дійсних взаємодій з іншими людьми. У соціальній, філософії Гегеля індивіди постають як спочатку суспільні всередині себе. Всі вони у своїй внутрішній суті вже сформовані суспільством і втілюють у собі об'єктивний дух, є його носіями.

Далі слід зробити термінологічну обмовку. Поняття «спілкування» не належить до числа тих, що найбільш часто зустрічаються в текстах Гегеля, ще рідше воно постає у нього в теоретично значущій формі. Там, де він його використовував (наприклад, в «Антропології» при обговоренні «питання про спілкування душі і тіла» або «життєвого спілкування людини з природою»), воно відповідно до попередньої традиції співпадало за значенням з поняттям взаємодії. Але справа не в термінах, а в сутності, і оскільки в німецькій філософії до Гегеля спілкування вже було зрозуміло як взаємодія між соціальними суб'єктами, відношення їх до «інших» індивідів, саме ця проблематика нас і цікавить. Інакше кажучи, спілкування, а разом з ним і природа комунікативного процесу виявляє діяльнісні характеристики, що буде враховано далі при інтерпретації поняття комунікації.

Важливе значення в концептуалізації комунікації належить семіотиці, яка досліджувала властивості знаків і знакових систем. Біля витоків цього напряму, що розробляється в рамках прагматизму, був американський філософ Ч. Пірс. На думку Ч. Пірса, знаки породжуються в одній свідомості як інтенційні акти і впливають на іншу свідомість. Ці знаки

¹ Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа // Соч. в 14 т. — М.: Соцэкгиз, 1959. — Т. 4. — С. 163.

в ранні моменти історії свідомості, що висловлюється, були продуковані іншою свідомістю й адресовані першій і його «діючому інтерпретатору. Тепер же вони стають інтенційним інтерпретатором в новій знаковій події»¹. Тим самим знак стає білатеральним: він зв'язує те, що позначає і позначається, тобто форму виразу поняття в свідомості суб'єкта, з одного боку, і його свідомість через означування — з іншого. У теорії Ч. Пірса для нас важливо підкреслити нескінченну діалектику знаків і їх інтерпретаторів, в якій знаки стають суттю духовного світу людини. Отже, Ч. Пірс вважав теорію знаків визначальною для дослідження комунікацій. Його ідеї одержали подальший розвиток у ХХ ст.

Тема комунікації, інтерсуб'єктивності й діалогу стає однією з головних у філософії ХХ ст. Можна з упевненістю стверджувати, що теоретичним чинником, що багато в чому визначив обличчя сучасних досліджень комунікації, став поворот філософської й наукової рефлексії до дійсності мови. Дослідження мовних і знакових структур, що розвернулися в роботах філософів і логіків (Б. Рассел, Л. Вітгенштейн), лінгвістів Ф. де Соссюр та ін. і семіотиків (Ч. Морріс) радикально змінили розуміння комунікації і підходи до її вивчення й організації.

По мірі розвитку семіотики поняття «знак» поступово відходить на другий план, поступаючись місцем поняттю «текст», як універсальному засобу, який пронизує всі сфери людської діяльності. Примітним у зв'язку з цим є вислів М. Бахтіна: «Людський вчинок є потенційний текст і може бути зрозумілим (як людський вчинок, а не фізична дія) тільки в діалогічному контексті свого часу...»². Наведена цитата, крім того, що вона представляє самостійну значущість, мала на меті продемонструвати деяку схожість семіотичного й постмодерністського підходів. Людина виробляє текст, в якому відображе-

¹ Peirce Ch. Selected writing. — New York, 1977. — P. 197.

² Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Литературно-критические статьи. — М.: Художественная литература, 1986. — С. 477–478.

ний образ діяльності, що здійснюється в різноманітних життєвих і соціальних ситуаціях, тобто в контексті об'єктивних конкретно-історичних умов, так або інакше заломлених у свідомості соціального суб'єкта. Активність його виражається не тільки в розгортанні, але, значною мірою, у взаємодії структур навколишнього світу. Відносини між текстом і людиною відрізняються великим ступенем складності, тому комунікативну функцію тексту, що виконується нею на всіх рівнях організації суспільства, не можна недооцінювати.

З точкою зору М. Бахтіна співвідноситься думка М. Петрова: «За будь-якими актами спілкування простежується наявність тексту як основної і, мабуть, вищої змістовної одиниці спілкування. Важливою особливістю для розуміння феномена соціальності тексту є те, що будь-який текст завжди має більше одного власника, завжди знаходиться у спільному володінні двох або більшого числа індивідів покоління, що живе, що й дозволяє тексту переживати своїх власників, існувати невизначено довго, постійно і спадкоємно змінюючись в актах спілкування»¹. З наведеної цитати можна зрозуміти, що різноманіття суспільних відносин зводиться до особи й відображається перш за все у процесі комунікації, у спілкуванні людей, яке реалізується у формі обміну діями породження й інтерпретації текстів — у текстовій (комунікативній) діяльності.

У науковій літературі текст все частіше розглядається як одиниця соціальної комунікації, як спосіб обміну і міра особливим чином організованої смислової інформації в сукупності її вербального й невербального аспектів². У дефініції російського дослідника М. Рябової: «Текст — це певний спосіб організації значень і структуризації смислової інформації для цілей спілкування (комунікації), що втілює інтелектуально-

¹ Петров М. К. Язык, знак, культура. — М.: Наука, 1991. — С. 83.

² Осадча Л. В. Соціальна комунікація як об'єкт філософського аналізу: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — К., 2010. — 18 с.; Скрипка А. О. Шоу-технології як форма соціальної комунікації: Автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22. 00. 04. — Х., 2010. — 20 с.

розумову діяльність особи і припускає зворотний зв'язок»¹. У даному визначенні поняття «комунікація» і «спілкування» авторкою сприймаються як тотожні, оскільки комунікація — це передача інформації і взаємодія із зворотним зв'язком.

Оскільки нас цікавлять лише найбільш загальні проблеми функціонування даних термінів, то в завдання нашого дослідження не входить докладний порівняльний аналіз історії їх виникнення й розвитку. Проте, не можна не сказати про існуючу в науковій літературі дискусію щодо схожості й відмінності комунікації і спілкування. Узагальнюючи огляд літератури, лише коротко відзначимо, що можна виділити два основні підходи до розуміння термінів «комунікація» і «спілкування».

Прихильники першого — Л. Виготський, В. Курбатов, М. Лисина, А. Леонтьєв, Т. Парсонс, К. Чері та інші — схильні ідентифікувати ці два терміни, оскільки процес комунікації неправомірно зводить лише до процесу передачі інформації. Крім того, якщо ми звернемося до філософської енциклопедії, енциклопедичного словника, філософського словника, то у всіх перерахованих джерелах термін «комунікація» тлумачиться як «шлях сполучення, спілкування».

Прихильники другого підходу — Є. Жарков, Б. Родіонов та інші — наполягають на відмінності комунікації і спілкування. Аналізуючи їх аргументування, М. Каган виділяє головні відмінності цих термінів: спілкування має і практичний, і духовний характер, тоді як комунікація є чисто інформаційним процесом; спілкування є міжсуб'єктною взаємодією і структура його є діалогічною, тоді як комунікація — це інформаційний зв'язок суб'єкта з тим або іншим об'єктом².

Ми дотримуємося першого з представлених підходів і схильні ідентифікувати комунікацію із спілкуванням, оскільки вважаємо необґрунтованим розцінювати комунікацію

¹ Рябова М. Э. Социализация личности и текст: методологический и социально-философский аспекты. — Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2003. — С. 116.

² Каган М. С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. — М.: Политиздат, 1988. — С. 143–144.

тільки як процес трансляції інформації хоча б уже тому, що сам термін «комунікація», як вже говорилося вище, походить від латинського *communicatio* — роблю загальним, зв'язую, спілкуюся. Розгляд комунікації тільки як процесу передачі інформації охоплює цей процес тільки в його односторонній формі, у сфері прагматичної взаємодії осіб. Виходитимемо з того, що процес комунікації припускає зміну людини. В. Лекторській пише із цього приводу: «Насправді саме засвоєння адекватних способів діяльності з соціально функціонуючим предметом можливо лише за умови включення суб'єкта у живий комунікативний зв'язок з іншими нині існуючими людьми..., які... цим самим формують у нього культурні установки і норми»¹. Отже, розумітимемо комунікацію як форму обміну інформацією між суб'єктами соціальної структури з метою реалізації свого потенціалу, а сукупність засобів, призначених для цієї мети, називатимемо системами (засобами) комунікації.

Вкажемо також, що пошук відмінностей між комунікацією і спілкуванням виглядає у значній мірі проблемою неістотною, оскільки і той, і інший процес за своїми найбільш характерними ознаками співпадають.

Спілкування — одна з найфундаментальніших категорій, що розробляються наукою на різних рівнях. Хотілося б відзначити це особливо, тому що по суті, будь-який мислитель, філософ, у тому або іншому ступені торкався у своїх працях проблеми спілкування хоча б опосередковано. М. Бубер називав спілкування людей діалогічним життям: «Діалог, — писав він, — не обмежується спілкуванням людей один з одним, він є відношення людей один до одного, що виражається в їх спілкуванні»². У основу буберівського підходу покладене переконання про комунікацію як явище, що породжує дійсну суть людини. Для нього проблема індивідуальної свідомості постає як проблема унікальності суб'єкта спілкування.

¹ Лекторский В. А. Субъект, объект, познание. — М.: Наука, 1980. — С. 177.

² Бубер М. Два образа веры. — М.: Республика, 1995. — С. 99.

М. Бахтін услід за М. Бубером розглядає діалог як модель, покликану концептуально оформити феномен людського спілкування. Будь-який діалог виступає не тільки як логічний, пізнавальний, культурно-творчий процес, але і як соціальне явище. «Саме людське буття є якнайглибше спілкування. Бути — означає спілкуватися»¹. Діалогічний характер людського буття визначає бахтінський підхід до розробки філософських основ гуманітарних наук, а також до аналізу проблеми тексту в гуманітарних науках.

Зберігаючи ідеї діалогу й комунікації, вбачаючи в поліфонізмі народження нової культурно-історичної інтуїції, М. Бахтін звертає увагу на іншу сторону проблеми — на деструктивні наслідки монологізму. Він розглядає граничну залежність індивіда від того, яким є сприйнятий ним образ «Іншого». «Інший» — це той, по кому людина вивіряє своє буття. У такій якості комунікація виражає основу екзистенціального відношення між людьми і є вирішальним чинником самовизначення, формування самосвідомості людини у світі.

Тут необхідно знову повернутися до Г. Гегеля, який, на наш погляд, все ж таки здійснив «прорив» у трактуванні становлення самосвідомості в процесах спілкування, порівняно не тільки з його попередниками, але й багатьма «комунікативними теоріями» у ХХ ст., автори яких оперували абстрактними схемами взаємодій дуальних опозицій «Я—Інший», «Я—Ти» тощо. Всі ці поняття без їх змістовного суспільно-історичного «наповнення» залишаються гранично «чистими», тобто порожніми. Адже кожному важливо не тільки те, що він існує і визнаний як самостійне «Я», але й те, хто він є як «Інший» і в якій соціальній якості він визнаний. Тут доречно привести думку А. Кожева, одного з найавторитетніших інтерпретаторів гегелівської філософії, що людина знаходить свою соціальну визначеність не тільки в результаті власної діяльності, але в не меншій мірі — і діяльності інших індивідів відносно нього. Якби взаємодія самосвідомості обмежувалася

¹ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. — М.: Художественная литература, 1979. — С. 312.

сферою думки, вона не знайшла б наочності й тим самим — зміст. Необхідний вихід у практику суспільного життя¹.

Не можна не відзначити наступний крок в осмисленні комунікації, пов'язаний з філософією постмодернізму, де концепт комунікації займає особливе місце і припускає передачу, покликану переправити від одного суб'єкта до іншого тотожність якогось позначеного об'єкту, якогось сенсу або якогось концепту, що формально дозволяє відокремити себе від процесу цієї передачі і від операції означування. У цьому процесі особливо значуще місце займає «текст». «Розглядаючи людину лише крізь призму її свідомості, тобто виключно як геологічний феномен культури і, навіть вужче, як феномен письмової культури, як породження «Гутенбергової цивілізації», постмодерністи готові уподібнити самосвідомість особи деякій сумі текстів в тій масі текстів різного характеру, яка, на їх думку, і складає світ культури. Весь світ, кінець кінцем, сприймається Деррідою як нескінченний, безмежний текст»².

У міркуваннях постмодерністів вибудовується наступний логічний ланцюжок: авторський намір — процес створення — авторський текст — прочитання тексту читачем. У процесі створення гине авторський намір. Читач переводить, інтерпретує цю мову, створюючи тим самим свій, співавторський текст. Проблема авторського наміру і авторського тексту ставиться і розв'язується не як проблема автора, а як проблема читача.

Постмодернізм — досвід безперервного знакового обміну, взаємопровокацій і перекодувань. Цим і пояснюється горезвісна постмодерністська інтертекстуальність: постійний обмін сенсами стирає відмінності між своїм і чужим словом, введений в ситуацію комунікації знак стає потенційною приналежністю будь-якого її учасника. Текст для постмодерніста існує тільки у відношенні до інших текстів і має відкриту

¹ Кожев А. Диалектика реального и феноменологический метод у Гегеля // Идея смерти в философии Гегеля. — М.: Логос, Прогресс-Традиция, 1998. — С. 67–99.

² Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. — М.: Интрада, 1996. — С. 21.

структуру, яка з готовністю приймає в себе голоси контекстів. З появою Інтернету зникає дистанція між подією і її репрезентацією, що призводить до спотворення реального часу. Віртуальне і реальне зливаються, переходячи один в одного, фантоми і симулякри виявляють соціальну могутність.

Згідно з філософією постмодернізму, людина не повинна шукати яких-небудь форм самоідентифікації. Людина ніколи не може бути тотожною собі. Вона завжди є безперервний потік становлення і зміни, момент в комунікації з іншими людьми. Необхідно відмовитися від пошуку якої б то не було стійкості в бутті людини; усвідомити її комунікативність і пластичність в актах комунікації, неможливість виведення з цих комунікативних форм і їх варіантів норм, цінностей і регулятивів, що мають обов'язковий характер¹.

Проте, постмодернізм доводить до крайності, до абсурду ідею розпаду, плюралізму, неминуче викликає зворотну тенденцію стимулювання в суспільстві масового розуміння, що інтенсифікація комунікацій, різноманітність комунікаційних практик неминуче пов'язані з різноманітністю осіб. Розуміння цього вимагає узагальнювального теоретичного переосмислення. Складні й неоднозначні підсумки західної філософії примушують дійти висновку, що гіперкритицизм, властивий постмодернізму, не можна прийняти. Головною відмінною рисою постмодернізму є початкова установка на неможливість опису світу як якогось цілого за допомогою яких-небудь загальних теорій. Тому важко погодитися з крайніми виведеннями постмодерністського дискурсу, який призводить до спроб відмови від цілісного підходу, тобто фактично до відмови від узагальнювального предмета соціальної філософії.

Розглядаючи текстову діяльність як комунікативну, ми підійшли до поняття «соціальна комунікація». Соціальній комунікації присвячено немало наукових праць у зарубіжній

¹ Щербина А. М. Соціокультурні регулятиви людської діяльності в технологіях масової комунікації: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.04. — Х., 2010. — 19 с.

і вітчизняній науковій літературі — це ціла низка парадигм і концептів:

- соціально-психологічний напрям (біхевіоризм, діалоговий дискурс К. Ясперса, М. Бахтіна, М. Бубера);
- символічний інтеракціонізм (Дж. Мід, Г. Бламер);
- соціолінгвістичні концепти (Т. Дрідзе, І. Сусов);
- феноменологічний погляд на природу соціальних комунікацій (А. Шюц, Г. Гарфінкель);
- різні прагматичні теорії, які розглядають практичні аспекти передачі, обміну інформацією, зокрема, масову комунікацію (А. Моль);
- теорія технологічного детермінізму (Д. Белл, Е. Тоффлер);
- комунікативна парадигма самодостатнього суспільства, що саморозвивається (Н. Луман).

Зусиллями таких теоретиків комунікації, як Е. Барноу і Дж. Гербнер, У. Шрамм, Р. Шейн та ін. в кінці 80-х років ХХ ст. була випущена фундаментальна праця — «Міжнародна енциклопедія комунікацій», де представлений детальний огляд існуючих теорій соціальної комунікації.

Перелік різного роду концепцій і уявлень про соціальну комунікацію можна було б продовжити, але навряд чи в цьому є необхідність. Зрештою, теоретиками комунікації під соціальною комунікацією достатньо однозначно розуміється така комунікація, яка формується соціальними процесами і взаємодіями.

Проблема типології соціальної комунікації також не обділена увагою з боку фахівців самих різних наукових напрямків. В рамках даного дослідження найбільш доцільним вбачається достатньо умовне розділення соціальної комунікації на дві основні групи.

До систем першої групи — *масової комунікації* — відносяться засоби масової інформації: радіо, телебачення, різні друкарські видання, призначені для доведення інформації до багатьох членів суспільства. До цієї ж групи відносяться системи, призначені для вирішення зворотного завдання — збору різного роду відомостей від членів суспільства. Прикладом

такого роду систем є зокрема, така система, як опит громадської думки, референдуми і т. д. Основною ознакою масової комунікації служить те, що в рамках цих систем два окремі індивіди не можуть встановити відособлений обмін інформацією між собою.

Ведучи мову про масову комунікацію, дозволимо собі зробити невеликий відступ, привівши цитату А. Волкова: «Масова комунікація не є фактом культури, тому що твори її не зберігаються або зберігаються в окремих матеріалах.... Оскільки масова комунікація охоплює змістовно всі сфери культури і ніби паразитує в них (в межах масової комунікації за умовами побудови тексту не можуть утворюватися нові сенси, тому діяльність журналіста не є культурною творчістю), вона систематично руйнує, вульгаризує й отрує культуру, заміщаючи її сурогатами масової свідомості»¹. Дана позиція уявляється досить спірною, оскільки зміст текстів масової комунікації є свого роду «вторинною реальністю» дійсності, що відображає ціннісні орієнтації і спосіб життя даного суспільства. У зв'язку з тим, що засоби масової комунікації (ЗМК) займають провідне місце як джерела інформації, а також є домінуючою сферою спілкування і проведення дозвілля, зміст «вторинної реальності», тобто масової комунікації, набуває особливої значущості, а самі ЗМК можуть розглядатися як каталізатор, інтегратор формування ідеалів, цінностей громадської думки. На наш погляд, масова комунікація — це сучасний загальнозначущий текст, у створенні й розповсюдженні якого беруть участь новітні технічні засоби й пристрої. Причому, це переважно текст серйозного характеру, який служить головним чином потребам суспільного управління, соціального контролю, пов'язаний з розвитком, регулюванням і облаштування сучасного масового виробництва. З розвитком сучасної цивілізації роль масової комунікації зростає, оскільки сучасні електронні засоби комунікації дозволяють істотно розширити межі можливого комунікаційного процесу.

¹ Волков А. А. Основы русской риторики. — М.: Издание филологич. ф-та МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. — С. 9–10.

Системи другої групи — міжособової комунікації — припускають ситуацію безпосереднього спілкування між комунікаторами й дозволяють окремим індивідам встановити відособлений (від інших членів суспільства) обмін інформацією. До таких систем належить телефон, телеграф і інші види зв'язку, а також бесіди, іспити й інші подібні способи спілкування.

Звернемо увагу на низку моментів, безпосередньо пов'язаних із загальним ракурсом дослідження, запропонованим у даній монографії. Термін «масова комунікація» введений в науковий обіг на рубежі 30–40 рр. ХХ ст. Здійснюється немало спроб запропонувати найбільш просте й узгоджене визначення цього поняття. Д. МакКуейл відзначає, що слово «масовий» саме по собі є ціннісно навантаженим і дискусійним, а термін «комунікація» дотепер не має узгодженого визначення — хоча «соціальну інтеракцію через повідомлення», важко перевершити¹. Комунікація сама по собі породжує багато проблем. І масмедіа, і комунікація охоплюють десятки дисциплін і піднімають тисячі питань. Якщо те і інше скласти до купи, то проблеми ускладняться. Навіть якщо цю царину звзяти до масмедіа, вона розколеться на безліч медіа, окремих дисциплін, окремих етапів у потоці і відразу ж утворюється декілька сотень підцарин².

Авторитетним теоретиком у сфері вивчення масових комунікацій є Р. Мертон, який відзначає відмінність в орієнтації європейського й американського різновидів досліджень³. Він вказує на відмінності в європейському і американському варіантах, і що дослідники по-різному уявляють собі, з чого складаються сирі, необроблені емпіричні дані; що необхідно для того, щоб ці дані перетворилися на встановлені, загальноприйняті факти; яке місце цих фактів, скомпонованих самим різним чином, в розвитку соціології. Якщо американський

¹ МакКуэйл Д. Теория массовой коммуникации // Контексты современности. Пер. с англ. — Казань: АБАК, 1998. — С. 7.

² Там само: С. 8.

³ Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. — М.: АСТ: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. — С. 630–631.

варіант перш за все цікавиться громадською думкою, масовими думками, тим, що стали називати «культурою попу», то європейський варіант зосереджується на більш езотеричних доктринах, на тих складних пізнавальних системах, які при своєму послідовному переході в «культуру попу» трансформуються й часто руйнуються. Ці відмінності в загальній орієнтації супроводжуються іншими відмінностями: європейський варіант, для якого предметом інтересу служить пізнання, зрештою має справу з інтелектуальною елітою; американський варіант, що вивчає широко поширені думки, має справу з масами. Отже, один концентрує увагу на езотеричних доктринах небагатьох, інший — на екзотеричних доктринах багатьох. Ця розбіжність інтересів здійснює безпосередній вплив на всі дослідницькі процедури, на кожну їх фазу. Абсолютно очевидно, наприклад, що опитування, що має на меті отримання інформації від ученого або письменника, відрізнятиметься від опитування, призначеного для того або іншого зрізу всього населення в цілому.

Орієнтації двох вищезазначених варіантів демонструють характерні для кожного з них кореляції тонких деталей. «Європейський різновид посилається на когнітивний аспект, на *пізнання*; американський — на *інформацію*. Знання має на увазі комплекс фактів і ідей, тоді як інформація не має подібного сенсу і не вживається для позначення систематично зв'язаних фактів або ідей. Відповідно, американський варіант вивчає окремі фрагменти інформації, доступні масам; європейський варіант зазвичай розмірковує про структуру знання в цілому, яке доступне небагатьом. Американський варіант робить акцент на *сукупності* окремих «ласих шматочків» інформації; європейський — на *системах* доктрин. Для європейського варіанту найважливіше проаналізувати систему загальних принципів у всьому їх складному взаємозв'язку, постійно маючи на увазі концептуальну єдність абстрактного й конкретного, а також категоризацію (морфологічну або аналітичну). Для американського варіанту важливо виявити (наприклад, завдяки застосуванню методу факторного аналізу) кластери ідей, що емпірично склалися (або устано-

вок). Один підкреслює логічні зв'язки, інший — емпіричні. Європейський варіант цікавиться політичними ярликами тільки в тому випадку, якщо вони приведуть його до систем політичних ідей, які він потім детально проаналізує у всій їх складності, прагнучи продемонструвати їх (передбачуваний) зв'язок з тією або іншою соціальною стратою. Американський варіант цікавиться тільки окремими політичними переконаннями і лише в тому випадку, якщо вони дають досліднику можливість класифікувати («кодіфікувати») людей залежно від загальної політичної етикетки або категорії, яка, як потім можна встановити (а не припустити), широко поширена в тому або іншому соціальному прошарку. Якщо європейський варіант аналізує ідеологію політичних рухів, то американський досліджує думки тих, хто приймає (або не приймає) участь у голосуванні»¹.

Процес «масової комунікації» не є синонімом «масмедіа». Останнє означає організовані комунікаційні технології, що забезпечують можливість функціонування масової комунікації. Існують і інші поширені способи застосування технологій медіа й інші типи взаємин, здійснювані за допомогою одних і тих же комунікаційних мереж². Масова комунікація, на думку МакКеуїла, із самого початку була швидше ідеєю, аніж реальністю. Термін позначає умови і процес, які теоретично можливі, але рідко виявляються в чистій формі. Це приклад того, що М. Вебер називав «ідеальним типом» — поняття, яке підкреслює ключові елементи емпіричної реальності, що трапляється. Там, де очевидно вона має місце, вона виявляється менш масовою, менш технологічно детермінованою, аніж уявляється на поверхні³.

Масова комунікація є джерелом і засобом розповсюдження інформації, необхідної для функціонування соціальних інститутів. Вона є найважливішим джерелом нормативних зразків,

¹ Там само: С. 630–631.

² Уханов Є. В. Мережеві комунікації та соціальне самовизначення індивіда: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — Х., 2010. — 18 с.

³ Там само: С. 8.

визначень і засобів формування образів соціальної реальності. Теорія масової комунікації, відзначає російський дослідник Г. Бакулев, — це насправді теорії, кожна з яких більш менш пов'язана з конкретним засобом комунікації, аудиторією, часом, умовами й теоретиком. Але на це не варто дивитися як на проблему. Теорія масової комунікації може бути персоніфікована, вона постійно розвивається і є динамічною¹.

Услід за Р. Мертоном дослідники комунікацій стали вважати потрібним розглядати тільки «теорії середнього рівня». Такими постають теорія когнітивного дисонансу Л. Фестінгера, а також концепції Г. Лассуелла, У. Ліппмана та ін. В цілому, дослідники вважають, що масові комунікації підтримують переважаючі в суспільстві погляди у формах, прийнятних для найбільшого числа людей.

Комунікаційний підхід до теорії суспільного розвитку одним з перших застосував канадський дослідник Г. Маклюен. Розгорнена цим ученим історична і культурна типологія, що є «живописною картиною пожирання» одного засобу комунікації іншим, була нав'язана дослідженнями економіста й соціолога Г. Іннеса, і стала свого роду коментарями до робіт останнього. Важливим в рамках даного дослідження є те, що Г. Іннес припустив, що комунікаційні технології вводять контроль над знаннями, соціальною організацією і колективною свідомістю. Маклюен розвинув цю концепцію, його центральна теза — «засіб комунікації є повідомлення», а зміст повідомлення визначається самими комунікаційними засобами. «У такій культурі як наша, відвіку звиклої розщеплювати й розділяти речі заради встановлення контролю над ними, люди іноді випробовують свого роду невеликий шок, коли їм нагадують, що насправді як з операціональної, так і з практичної точки зору засіб комунікації є повідомлення»². На його думку, до засобів комунікації відносяться мова, гроші, дороги, друк, комп'ютери,

¹ Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. — М.: Аспект-Пресс, 2005. — С. 8.

² Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. — М.: Гиперборей, 2007. — С. 9.

телебачення. Подія набуває суспільної значущості не сама по собі, а у зв'язку з переданим за допомогою комунікації повідомленням. Так, друкарські засоби комунікації підсилюють просторові, візуальні аспекти сприйняття. Фонетична писемність трансформувала усне у візуальне, друк нав'язав свідомості візуальну й приватну індивідуалізовану логіку. Перехід від друкарських до електронних засобів комунікації формує новий тип сприйняття реальності. Людина виявляється цілісно включеною у все, що відбувається. Людська сім'я існує тепер в умовах «глобального села»¹.

Відмітною особливістю викладених поглядів Маклюена є його переконаність у тому, що вирішальним чинником процесу формування конкретної соціально-економічної системи, по суті справи, двигуном історичного прогресу виступає зміна технологій, що породжує зміну способу комунікації. Іншими словами, вчений заявляє, що тип суспільства значною мірою визначається домінуючим у цьому суспільстві типом комунікації, а людське сприйняття — швидкістю передачі трансльованої інформації. Модель комунікації обумовлює не тільки сенсорну, але й соціальну організацію.

Засоби комунікації, на думку Маклюена, визначають структуру знання, регулюють принципи сприйняття простору і часу, нав'язуючи їх як окремі особі, так і суспільству в цілому. Він вважає, що розвиток економічної й соціально-політичної інфраструктури індустріального суспільства був би неможливий без тієї кардинальної зміни комунікативних стратегій, яка спричинила за собою винахід друкарського преса, оскільки лише в умовах масового розповсюдження друкарського слова стають можливими і приватновласницьке підприємництво, і демократизація суспільства. Тільки на основі виборчого права формується початковий елемент і центральний агент подібного суспільного устрою — ізольована людська індивідуальність, оскільки це право є друкарським, а не усним і навіть не письмовим словом.

¹ Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. — М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. — 495 с

На думку Маклюена, створення нових технічних засобів, доступних суспільству, носить революційний характер: від алфавіту і листа до друкарського верстата, а потім і до електронних засобів комунікації — таким є шлях розвитку цивілізації. Він переконаний, що всі види комунікації мають або візуально-просторовий (лінійний, послідовний, перспективний), або слуховий (сферичний, синхронний, іманентний) спосіб організації. Письмово-друкарську культуру Маклюен відносить до усної, а кіно й фотографію — до візуальної комунікації. Телебачення ж, у його розумінні, вимагає від глядача активної участі, «постійного творчого діалогу з кінескопом», і тому представляє дотикові (тактильні) засоби спілкування.

Підкреслюючи відносну самостійність ЗМК, Маклюен позначає тенденції ролі масмедіа, що посилюється. На його думку, за допомогою активних ЗМК можливо утримувати під контролем емоційний клімат різних культур. Будучи сферою життя сучасного суспільства, що структурно оформилася, масові комунікації, з одного боку, є частиною останнього, з іншого — мають над ним певну владу. Виходячи з цих позицій, Маклюен робить прогнози на майбутнє, стверджуючи, що людство знаходиться в межах світу, який автоматично контролюватиметься за допомогою масмедіа.

Ще у 1962 році він ввів у науку поняття «електронне суспільство» й розглядав комунікаційні технології як вирішальну умову перемоги «космічного» значення ліберально-демократичної системи цінностей. Він виходив з того, що тільки в умовах масового розповсюдження друкарського слова у минулому, а в сучасну епоху — електронного тексту, людство отримує можливість реального розвитку, а також приватну власність і демократизацію суспільства на основі виборчого права.

На думку Маклюена, телекомунікації, масмедіа й комп'ютерні мережі стають продовженням центральної нервової системи людини, максимально атомізованої людської індивідуальності, аж до утворення «глобального буття», в рамках якого весь світ завдяки новітнім засобам комунікацій перетворюється на «глобальне село».

Формування фонетичного алфавіту й винахід у XVI ст. набірної шрифту, послужили чинниками розвитку культури нового типу — відео-культури, або «галактики Гутенберга». Одним з результатів перетворення аудіо-тактильного світу у світ візуальний, яке відбулося під впливом появи фонетичного алфавіту, було те, що у фізиці, як і в літературі, виникло помилкове уявлення про «зміст». «Лейбніц розглядав книгу як природного наступника й ката схоластичної філософії. Йому здавалося, що книга як спонукання до слави і засіб безсмертя знаходиться в найбільшій небезпеці, реальність якої обумовлена наявністю «нескінченної безлічі авторів». Очевидно, що в ті часи книга як і раніше була далека від того, щоб стати основою політики й суспільства. Швидше, вона була якимсь поверхневим чинником, який ледве почав тьмарити традиційні контури західного суспільства»¹.

Тиражування, друкарні, створюють перший культурний зразок стандарту і зразок типового відтворного товару, задаючи тим самим стандарт масового виробництва. Письмовий текст, що тиражується друком, виступає як основа рефлексії над мовою (дозволяє «побачити мову»), що інспірує формування і дистанціювання націй. Друк, таким чином, виступає як найважливіша передумова загальної писемності й промислової революції, стає зразком стандартної комунікації, яка дозволяє провести заміну «племінної людини» на людину «друкарську й індустріальну».

Маклюен розглядає культурні й соціальні трансформації, що задаються суспільству історичним вектором, позначеним ним як «імплізія». Це поняття позначає «могутню інтенцію до механічної технології й механічної фрагментарної псевдоедності відеокультури, яка прийшла на зміну аудіо-органічній єдності»². Основна семантична вісь історії орієнтована, згідно з його моделлю, як вектор від «експлозії» до «імплізії», тобто до нового синтетизму на основі комп'ютерних засобів комунікації.

¹ Там само: С. 436–439.

² *Можейко М. А.* Мак-Люэн // *Всемирная энциклопедия. Философия XX век.* — М.: АСТ; Минск: Харвест, Современный литератор, 2002. — С. 438.

Друкарське слово, що зробило писемність основою масових комунікацій, надало індивіду права селекції інформації, її вільної інтерпретації, критицизму і можливість поступати з цією інформацією на свій розсуд. Все це — право на індивідуальність.

Американський культуролог А. Моль також відзначає, що ЗМК контролюють всю сучасну культуру, пропускаючи її через свої фільтри, виділяють окремі елементи із загальної маси культурних явищ і надають їм особливої ваги, підвищують цінність однієї ідеї, знецінюють іншу, поляризують, таким чином, все поле культури. Те, що не потрапило у канали масової комунікації, у наш час майже не здійснює вплив на розвиток суспільства. Висновок, до якого приходять дослідники, є вельми красномовним: «У даний час знання формуються в основному не системою освіти, а засобами масової комунікації»¹.

Відомий німецький соціолог Н. Луман включає як фундаментальну передумову вибудовуваної ним теорії положення про те, що єдиним об'єктом «адекватної» соціологічної теорії є комунікація, орієнтована на коди-розрізнення. Вся решта підходів, наприклад, розгляд як об'єкт теоретичного аналізу таких антропомірних фікцій або «староєвропейських» категорій, як суб'єкт, свідомість, людська раціональність, цілі й засоби, люди або класи, стратифікація, людська мораль і свобода, мова, звичайно, теж дають можливість побудови теорії. Але не людина і її свідомість зі всіма перерахованими імплікаціями, а комунікація і способи її відтворення (коди, серед яких і код масмедіа) — справжній предмет соціологічного аналізу і єдина суспільна реальність, по відношенню до якої все людське являє собою «зовнішній світ». Комунікації «самотійно» вибудовують свої системи, «відбираючи» саме те, що цій системі комунікацій повинно належати»².

¹ Моль А. Социодинамика культуры. — М.: КомКнига, 2005. — С. 45.

² Цит. за: Антоновский А. Ю. Массмедиа — трансцендентальная иллюзия реальности? // Луман Н. Реальность массмедиа. — М.: Праксис, 2005. — С. 222–223.

Описуючи масмедіа як соціальну систему, Н. Луман виділяє два аспекти реальності: «реальну реальність», як власне комунікації і реальність, що представляється ЗМК. На його думку, масмедіа є не послідовністю операцій, а послідовністю спостережень. Таким чином, масмедіа проводять «трансцендентну ілюзію». Функції масмедіа, за Луманом, полягають у напрямках самоспостереження соціальних систем. Він звертається до функції пам'яті, що забезпечує підставу реальності (оцінок, інтерпретації) для всієї подальшої комунікації. Тобто масмедіа формують якусь «початкову карту» як фундамент інтерпретації реальності для здійснення подальших актів комунікації.

Специфіка соціальних систем, за Н. Луманом, виявляється у тому, що мова дозволяє тим, хто нею оперує, описувати самих себе через лінгвістичні розрізнення. Сенс виникає як відношення лінгвістичних відмінностей, через нього забезпечується системна адаптація. Для кожної соціальної системи навколишнє середовище є складнішим за саму систему, тому формування системи припускає зниження комплексності (редукцію) через проведення межі з навколишнім світом. Система повинна постійно відтворювати саме себе (властивість самореферентності, тобто здібності реагувати на навколишній світ за допомогою реакції на себе).

У праці «Реальність масмедіа» Н. Луман формулює центральне питання дослідження: «Як масмедіа конструюють реальність, точніше, як соціологи описують реальність їх конструювання реальності?»¹. Важливим моментом теорії Н. Лумана стає концепція «структурного сполучення», запозичена у чилійських нейрофізіологів У. Матурани й Ф. Варели. Це поняття дозволяє пояснити характер взаємодії між аутопоезною² єдністю організму і навколишнім середовищем, що складається

¹ Луман Н. Реальность массмедиа. — М.: Праксис, 2005. — С. 36.

² Аутопоезис, також: аутопойезис, аутопоез, аутопоезис (стар.-грецьк *αὐτός* — сам, *ποίησις* — створення, виробництво) — термін, введений на початку 1970-х років чилійськими вченими У. Матураною й Ф. Варелою, означаючий самопобудову, самовідтворення живих істот, у тому числі людини, які відрізняються тим, що їх організація породжує як продукт їх самих без поділу на виробника й продукт.

з обурень. У цих взаємодіях структура навколишнього середовища «запускає» структурні зміни в аутопоезних єдностях і навіпаки. Структурне сполучення припускає взаємний дрейф системи і середовища, що припускає онтогенез, як відповідну зміну організму й середовища. Сполучення компонент відбувається при збереженні кожною своєю адаптації й організації. Стосовно аналізу поведінки використовується поняття «спостерігача», при цьому поведінку можна розглядати як вироблений спостерігачем опис змін стану системи щодо навколишнього середовища. Так, «спостерігач (ним можуть бути і організації в системі масмедіа) здатний розрізняти теми й функції комунікації. Наприклад, він може сказати собі й іншим: якщо ми не сповістимо про те-то й те-то, якщо відмовимося від прогнозів погоди або від новомодної біоскопії — ми втрачимо читачів. Для цього комунікація повинна рефлексуватися як комунікація, що актуалізує самореференцію. Розрізнення «теми — функції» відповідає розрізненню «іноференція — самореференція». За його допомогою спостерігач одержує свободу у виборі тематик і, перш за все, свободу в ігноруванні деякої інформації. Він не повинен керуватися лише мотивом істинності і тим самим залежати від заданого»¹.

Якісно відмінним на витку розвитку технологій стає глобальний рівень комунікації, складається глобальна комунікаційна мережа, яка багато в чому аналогічна нервовій системі людини². Ця аналогія дозволяє індивіду брати участь і відчувати наслідки кожної своєї дії й дій інших. Відбулася «імплізія комунікацій» або якийсь «вибух усередину», коли за рахунок стрімкого стиснення простору, часу й інформації індивід, що знаходиться в одному місці, може одночасно «переживати» стан віддалених об'єктів. У даній ситуації відбувається зняття координат «центру» й «периферії». Схожі ідеї виражають

¹ Там само: С. 18–19.

² Философские проблемы информационных технологий и киберпространства: Материалы II Международной междисциплинарной научно-практической конференции, 21–22 апреля 2011 года / Редкол.: П. Н. Барышников (гл. ред.), Л. А. Сергеева, Ю. М. Шаев. — Пятигорск: Пятигорский гос. лингвистический ун-т, 2011. — 307 с.

Д. Харвей з його концепцією «просторово-часової компресії»¹, а також Е. Гідденс, що розвиває думку про «просторово-часове дистанціювання»².

На загальному мажорному фоні картини «електронного суспільства» можна фіксувати деякі суперечливі штрихи, наприклад, інтенцію комп'ютерної комунікації в рамках масмедіа до домінування формальних засобів комунікації над її змістом. Очевидно, що комп'ютерний синтетизм породжує великі можливості і пов'язані з ним великі проблеми, що артикують як проблеми комунікаційного, так і інформаційного порядків.

Поняття «комунікація» пов'язане з багатьма іншими, що обумовлено існуванням різних типів комунікації, наприклад, зв'язок емпіричних індивідів за допомогою взаємної користі, або зв'язок людей законослухняних, таких, що визнають загальний закон і виконують його вимоги; існує комунікація у сфері науки, освіти, культури й духу. «Комунікація у сфері духу, — за визначенням К. Ясперса, — є створення із суспільної субстанції ідеї цілого. Окремий індивід знаходиться всередині цілого і визначається останнім. Його комунікація — це комунікація окремого члена з організмом. Він відрізняється від усіх інших, але складає з ними одне в охоплюючому їх порядку»³. З наведеної цитати можна зробити висновок, що комунікація переростає в дискурс.

У Ю. Хабермаса і К. О. Апеля дискурс постає як форма комунікації. Дискурс, у цілому, є діалог, що ведеться за допомогою аргументів. У роботі «Структурна трансформація публічної сфери. Дослідження категорії буржуазного суспільства» (1962) Ю. Хабермас визначає публічну сферу як простір, що забезпечує можливість асоціаціям громадян обговорювати

¹ Harvey D. The conditions of postmodernity. — Cambridge, MA: Blackwell, 1990. — 378 p.

² Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации. — М.: Академический проект, 2003. — 528 с.

³ Цит. за: Гайденко П. П. Человек и история в экзистенциальной философии К. Ясперса // Ясперс К. Смысл и назначение истории. — М.: Политиздат, 1991. — С. 14.

і впливати на рішення актуальних проблем їх життя. У міру розвитку буржуазної публічної сфери поступово визрівали тенденції, які призвели до її якісної трансформації. Одна з тенденцій полягає у посиленні масовості, як у сфері розповсюдження інформації, так і у сфері її споживання. Домінування масових засобів комунікації об'єктивно пов'язане з тим, що місце громадянина у просторі дебатів публічної сфери починають замінювати посередники у формі медіа. Політичний процес в сучасному суспільстві стає неможливим без витончених форм публік рилейшнз і реклами, що ставить громадян у роль пасивного спостерігача за тим, що відбувається. Громадськість усе більше перетворюється в атомізовану публіку, соціальні зв'язки послабляються, громадяни стають глядачами.

Головна праця Ю. Хабермаса «Теорія комунікативної дії» представляє широкомасштабну теорію суспільства¹. Суспільство, на його думку, слід осягати одночасно і як систему, і як життєвий світ. Поняття життєвого світу ним експлікується в комунікаційно-теоретичному плані, а функція комунікативної дії розглядається в аспекті підтримки структурно диференційованого соціуму й раціоналізації життєвого світу. Суспільна раціоналізація трактується ним не як зростання людського розуму, або експансія цілераціональної дії, а як структурна трансформація життєвого світу.

Соціальна еволюція — це процес, в ході якого безперервно зростає складність системи і раціональність життєвого світу. У той же час система і життєвий світ відділяються один від одного, з'являються нові системні механізми, з відповідними їм рівнями складності. Такі механізми спрямовують соціальну комунікацію, що багато в чому відокремилася від норм і цінностей. Раціоналізація життєвого світу відкриває горизонт розвитку організованих сфер дії, створюючих основи для посттрадиційного життєвого світу людини.

¹ Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Современная западная теоретическая социология / Реф. сб.; отв. ред. Н. Л. Полякова. — Вып. 1. — М.: ИНИОН РАН, 1992. — С. 57.

За схемою Ю. Хабермаса, комунікативна практика на тлі певного життєвого світу націлена на досягнення, збереження й оновлення консенсусу, який покоїться на інтерсуб'єктивному визнанні доступної критиці значущості, а структури життєвого світу визначають форми можливого взаєморозуміння. Так, обговорюючи загальні проблеми виживання, виявляючи застарілі догми і знаходячи консенсус щодо шляхів порятунку, а також протидіючи політико-економічним програмам, стратегічні принципи яких визначаються можливостями і потребами технології політики, суспільство здатне поєднати людське й нелюдське. Звідси виникає завдання доповнити цілераціональну діяльність моральними нормами, яке Ю. Хабермас ставить у роботі «Моральна свідомість і комунікативна дія»¹.

Конструйована ним етика перетворює етичні вимоги із зовнішніх думок в конкретні рекомендації, які вбудовані в дискурс і діють усередині нього, сприяють ухваленню рішень не тільки інструментальних, але й етичних. «Комунікативними я називаю такі інтеракції, в яких їх учасники узгоджують і координують плани своїх дій; при цьому досягнута в тому або іншому випадку згода вимірюється інтерсуб'єктивним визнанням прагнення до значущості»². При цьому виникають домагання на істинність, правильність і правдивість згідно з тим, чи посилаються учасники комунікації на положення справ в об'єктивному світі, соціальні норми або на власне відчуття, наприклад, справедливості.

Комунікативні раціонально мотивовані дії Ю. Хабермас відрізняє від стратегічних, в яких один учасник інтеракції здійснює емпіричний вплив на іншого (загрожуючи іншому санкціями або ж обіцяючи винагороду). Як загальну передумову, Ю. Хабермас висуває «єдиний моральний принцип», що виражає основне положення етики дискурсу: «тільки ті норми мають право претендувати на значущість, які знаходять

¹ Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: Пер. с нем. — СПб.: Наука, 2000. — 377 с.

² Там само: С. 91

(або в змозі знайти) схвалення у всіх осіб, до яких вони мають відношення, як у учасників практичного дискурсу»¹.

Моральні питання не можуть бути вирішені монологічним шляхом, оскільки вони вимагають колективних зусиль. Абсолютно недостатньо розуміти справу так, що кожна людина самостійно приходиться до визнання моральних норм і після цього «голосує» за їх ухвалення; потрібне реальне аргументування учасників для досягнення консенсусу. Для Ю. Хабермаса категоричний імператив — це пропозиція для колективного обговорення. Тільки у цьому випадку моральні норми набувають зв'язку з особистим інтересом, який, у свою чергу, на форумі громадськості одержує оцінку з боку інших осіб.

Ю. Хабермас відкидає трактування соціальних процесів на основі відносин між суспільними класами, як колективними суб'єктами дії. З його точки зору соціальні сили є анонімними. Суб'єктом суверенності й волевиявлення, на його думку, постає не «народ», а «публіка» або «громадськість», багатоманітні й різномірні, але споріднені за формальними принципами існування об'єднання.

Масова комунікація є одним з найважливіших інститутів сучасного суспільства. Без підтримки стійкого обміну інформацією між індивідами й соціальними групами неможливо уявити існування суспільства як цілого.

Поняття соціальної «маси» є багатозначним, воно залежить від контексту, в якому вживається. Воно має нюанси в дуальних опозиціях «влада—маса (маси)», «еліта—маса (маси)», «фахівці—маса», «індивід—натовп (як вид маси)», «особа—маса». В рамках загальносоціологічного підходу маса розглядається як особливий неklasичний вид соціальної спільноти, що формується на певних етапах розвитку суспільства і має своїм прообразом міський натовп (тобто безліч присутніх в єдиному місці й часі з єдиного приводу найчастіше незнайомих між собою людей). Іншими словами, це історично новий тип спільноти, що ґрунтується на новому вигляді соціальності (способі включення особи в суспільне життя, багато

¹ Там само: С. 146.

в чому через ЗМК). Яскравим прикладом цього є так званий флешмоб, прояви якого дедалі частіше спостерігаються в сучасній молодіжній субкультурі¹.

Близьке до «маси» поняття «публіка» було введено в науковий вжиток на рубежі ХІХ–ХХ ст. соціальним філософом Г. Тардом. Він вбачав схожість і відмінність між трьома випадками маси — натовпом, публікою й аудиторією. Їх диференціація залежить від того, наскільки важливим визнається факт фізичного контакту індивідів, що входять у масу, оскільки всі визначення масової комунікації поки що сходяться на тому, що це є процес передачі інформації на чисельно великі й розосереджені аудиторії. При цьому, не кількісні, а якісно-структурні характеристики маси визнаються найбільш істотними.

Види маси історично обумовлені, з'являються внаслідок зміни характеру і умов взаємодій в суспільстві. Розвиток технології комунікації призводить до того, що замість натовпів, зібраних в одному і тому ж замкнутому просторі, в один і той же час, відтепер ми маємо справу з розсіяними натовпами, тобто з публікою. Маса в контексті досліджень ЗМК означає, перш за все, аудиторію, що складається із споживачів продуктів культури, яка є відносно великою й недиференційованою за місцем мешкання і соціальним класом. Бути масовим означає бути анонімним по відношенню до комунікатора й до один одного².

Розгорнену картину складових масової свідомості запропонував Г. Ділігенський, на думку якого цінності й морально-етичні норми, традиції, система матеріальних і духовних потреб, прагнень і очікувань, політичні погляди і суспільні

¹ **Флешмоб** (від англ. *flash mob* — *flash* — спалах; мить; *mob* — натовп, перекладається як «спалах натовпу» або як «миттєвий натовп») — це завчасно спланована масова акція, у якій велика група людей (*моббери*) знемацька з'являється у громадському місці, виконує завчасно обговорену дію (*сценарій*), і потім розходяться. Різновидом флешмобу є *смартмоб* — форма соціальної організації, яка самоструктурується за допомогою ефективного використання високих технологій. Збір учасників флешмобу здійснюється за допомогою зв'язку через ЗМК (в основному це Інтернет).

² *Фомичева И. Д.* Социология СМИ. — М.: Аспект Пресс, 2007. — С. 19.

ідеали, реакція на різні об'єктивні ситуації відноситься до сфери масової свідомості. Грані між масовою й елітарною свідомістю є рухомими.

Масова спільнота приймає різні види, серед яких можна розрізнити маси великі й малі, стійкі (аудиторія щоденної газети в значній своїй частині) і нестійкі (публіка одного сеансу), контактні й неконтактні, спонтанні (натовп роззяв на місці ДТП) і організовані (відвідувачі лекторію); такі, що мають деякі загальні об'єктивні ознаки, окрім конкретного приводу або ситуації (фахівці, що відвідали виставку техніки), і що не мають їх (покупці рядового супермаркету, що відносяться до різних суспільних прошарків). Маса історично змінює й свої масштаби. Сьогодні формується маса світового масштабу, оскільки у розпорядженні людей є трансконтинентальні (не обмежені відстанями і державними кордонами) засоби комунікації, а потреба в них виникає і зростає у зв'язку з реальними економічними, культурними, соціальними політичними зв'язками між регіонами світу¹.

Що ж слід називати масовою інформацією? Масова інформація, на думку відомого радянського дослідника Б. Грушина, — це не тільки те, що розповсюджується на масу, призначено їй. Відокремлюючи масову інформацію від індивідуальної й спеціальної, він стверджує її загальнозначущий для широкого спектру суспільних груп, а значить — позагруповий, надгруповий характер. Істотною є також така її ознака, як розмноженість, потужність провідних її каналів (будь то ЗМК або система усної пропаганди). Але головне — характер суб'єкта, що оперує інформацією. Виділяючи в процесі операції інформацією три основні стадії (виробництво, розповсюдження й споживання), він приходить до універсального визначення: масова інформація — будь-яка соціальна інформація, «якою хоча б на одній із стадій її життєвого циклу оперувала (оперує) маса»². Відповідно до такого визначення маса

¹ Там само: С. 18.

² Грушин Б. А. Массовая информация в советском промышленном городе. — М.: Политиздат, 1980. — С. 29.

може виступати в ролі не тільки споживача, але й творця/виробника і розповсюджувача інформації.

У цьому контексті ЗМК є інститутами, що забезпечують обіг даного типу інформації в суспільстві. Але вони — не єдині у цій ролі. Розповідаючи один одному анекдоти, посилаючи листи в редакції, люди з різних суспільних груп беруть участь в обігу масової інформації. Ці випадки спілкування відносяться до широкого класу різновидів масової комунікації, а ЗМК складають їх частину.

Як було зазначено вище, в ядро структури будь-якої соціальної комунікації входять суб'єкти спілкування (комуніканти) і саме повідомлення, яке розповсюджується (передається) за допомогою певних засобів. У нашому випадку — це засоби масової комунікації. Нагадаємо, що масова комунікація — процес обігу масової інформації. Засоби ж — її інфраструктура (наприклад, для телемовлення необхідні носії, на яких записується інформація, технічні засоби її передачі на великі відстані в просторі і індивідуального прийому, для газет — засоби тиражування й доставки).

Найважливішими характеристиками масової інформації є її тиражованість і відкритість. Б. Грушин вважає, що «засоби масової комунікації саме тому роблять всяку інформацію (незалежно від її змісту, первинної адреси і т. п.), що потрапила в їх орбіту, масовою, що поширюють її в певній кількості екземплярів, створюючи тим самим високу вірогідність масового ж характеру її споживання»¹. Наявність у засобів масової комунікації могутньої провідної здатності, і їх відкритий характер, забезпечують широкий доступ до інформації всіх верств населення.

Таким чином, засоби масової комунікації — це канали, матеріальні носії для фіксації, зберігання й розповсюдження інформації масової аудиторії. А засоби масової інформації — це соціальні інститути комунікації й відповідні організації, як особливий вид ЗМК. Вони характеризуються інституціоналізацією певних структур, інтегруючих специфічні практики, що виконуються спеціальним апаратом функціями зі збору,

¹ Там само: С. 29.

підготовки до виробництва й розповсюдження інформації. Соціальними інститутами такого роду в комунікаційному просторі соціуму є масмедіа або преса (друк, радіо, телебачення), зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз).

Засоби комунікації значно розширюють закладені природою комунікативні можливості людини. Історія виникнення засобів комунікації фактично невіддільна від виникнення елементарних потреб у спілкуванні. Виходячи зі своєрідних віх у розвитку засобів комунікації, коли корінним чином змінювалися методи передачі інформації, її обсяги та якісні характеристики, можна виділити різні етапи в розвитку соціальної комунікації. Стисло їх перерахуємо, щоб підсумувати особливості їх впливу на технологію соціальної комунікації. Це: до письмова первісна культура, знаково-символічна культура, письмова культура, письмово-друкарська культура, культура електронних засобів соціальної комунікації.

Сучасне світобачення припускає на основі зростання інтенсифікації комунікацій і навантаження цього процесу на особу, осмислення комунікації як чинника формування людини в суспільстві, що встало на шлях розвитку «відкритості». При такому підході інтенсифікація комунікаційних процесів неминуче інтерпретується як категорія соціальної філософії, оскільки цей процес перетворюється на загальну основу інтенсифікації життєдіяльності всього суспільства. Інтенсифікація комунікацій, під якою розуміються зростаючі за масштабами й швидкістю зміни характеру, змісту спілкування людей — носіїв різних мов, різних культур, формування глибших сенсів, приводить до активізації інновацій, що формуються на межі сенсів, на межі культур. Іншими словами, інтерпретація комунікації як полюси соціокультурних процесів між нею і суспільством, між нею і особою містить у собі можливість перетворювати поняття «комунікація» (через інтерпретацію) в категорію, у вузловий пункт концепції соціальної філософії, націленої на аналіз взаємопроникнення категорії комунікації з деякою кількістю інших категорій.

Резюмуючи сказане, в рамках концептуалізації поняття комунікації в соціальній філософії можна виділити два етапи. До

початку ХХ ст. філософський інтерес до поняття комунікації був обмежений дослідженням низки сфер, пов'язаних з проблемою походження соціальних норм і проблемою діалогу. У ХХІ ст. філософський інтерес до комунікації пов'язується із зміною місця і ролі комунікацій і комунікаційних технологій в різних сферах суспільного життя. Категорії *комунікації* й *діалог* починають розглядатися в числі центральних для філософії як одні з основ людської життєдіяльності: засоби інформаційного обміну, мислекомунікації — в рамках соціальної дії (Хабермас) й основи екзистенціального відношення між людьми (Ясперс).

Отже, комунікація є тим механізмом трансляції соціального в логічне, тим соціальним інститутом, який забезпечує взаємини людей в їх спільній життєдіяльності, у тому числі й функціонування самих комунікаційних систем. У такому контексті комунікація створює передумови для поглибленого розуміння рушійних сил розвитку особистості й суспільства. Стає очевидним, що комунікацію слід розглядати як категорію соціальної філософії.

1.2. Комунікаційна природа інформаційного простору

Ведучи мову про соціальні комунікації, в контексті проблем нашого дослідження, ми як смисловий концепт маємо на увазі якусь «ідеальну комунікацію», яка визначається не через індивідуальні риси учасників комунікації, а через структурні характеристики, що визначають механізм дії комунікативних практик. Ідеальність комунікації, яка є недосяжною в практичному втіленні, покликана зафіксувати суть комунікативного акту як процесу раціонального спілкування, який, у свою чергу, покликаний забезпечити обмін логічними аргументами з метою досягнення взаєморозуміння й згоди¹.

¹ Хабермас Ю. Демократія. Разум. Нравственность. — М.: Наука, 1992. — С. 15–17.

З цього можна вивести ширший методологічний принцип, який свідчить, що розуміння обов'язково припускає комунікативне взаєморозуміння, оскільки будь-яке спостереження в принципі може бути перевірено іншим суб'єктом, що пізнає, який також здатний дійти аналогічних результатів. Без цієї умови стає неможлива інтерсуб'єктивність людського буття, можливість не просто пізнавати, а користуватися й обмінюватися результатами пізнання.

Всього виділяють три види цілей комунікації¹:

- пізнавальні (набуття й розповсюдження нових знань і умінь, циркуляція інформації);
- спонукальні (стимулювання інших людей до певних дій або отримання таких стимулів від інших);
- експресивні (вираження або отримання певних переживань, емоцій).

Питання про те, яка саме мета переслідується в конкретному комунікативному акті, не може бути вирішене тільки на підставі дій, оскільки дія і мова представляються двома різними, хоча й взаємозв'язаними, елементами комунікації. Спостерігаючи здійснювану дію, ми можемо лише припускати ті мотиви, якими керується її виконавець, яку конкретно мету комунікації він переслідує у даному випадку. Єдиним способом з'ясування мети комунікації через розуміння її мотивів є акт мовної взаємодії. За словами самого Ю. Хабермаса, «мовні дії інтерпретують себе самі, а саме, вони володіють структурою, рефлексією»². Сам по собі сенс мовних виразів не вичерпує значущості комунікації, він здатний лише про-

¹ Див., наприклад: *Висоцька О. Є.* Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства): Монографія. — Д.: Інновація, 2009. — 316 с.; *Виходець О. М.* Соціальні комунікації в культурі української організації: Монографія. — О.: Олтех, 2010. — 285 с.; Людина. Комп'ютер. Комунікація: зб. наук. праць / Флорій С. Б. (ред.). — Л.: Вид-во Нац ун-ту «Львівська політехніка», 2008. — 222 с.; *Недбай В. В.* Сучасні політичні комунікації: меді йно-технологічний аспект: Монографія. — О.: Фенікс, 2009. — 328 с.

² *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. — СПб: Наука, 2000. — С. 81.

яснити її сенс, який, проте, не зводиться до денотативного значення¹, а є конотативним² за своєю суттю, що припускає наявність різних сенсів, і що не може бути вираженим за допомогою вербального спілкування. Називаючи подібні цілі іллокутивними³ (спрямованими не на з'ясування буквального сенсу мовного виразу, а на його підґрунтя), німецький дослідник конкретизує суть комунікативного підходу в розумінні інформаційного простору: кожен суб'єкт комунікації переслідує власні іллокутивні цілі, тому інтерпретація інформаційного простору повинна виходити з наперед передбачуваних подібних цілей у кожного члена комунікативного спілкування. «Комунікативна дія відрізняється від стратегічних планів тим, що безпосередні учасники переслідують виключно іллокутивні цілі для досягнення згоди, яка виступає способом координації планів дії, що індивідуально реалізуються»⁴.

Націленість людини на раціонально обґрунтовану й переслідуючу іллокутивні цілі комунікацію є фундаментальною властивістю, що визначає життєвий світ людини. Саме поняття «життєвий світ», яке концептуалізується в рамках феноменологічної традиції філософствування, розуміється як простір повсякденних практик, що виступають початковими способами конструювання соціального простору

¹ *Денотативне значення* — зміст, який передається через назву, завжди однаковий для всіх, хто користується даним словом.

² *Конотативний* — прикметник від *конотація* (пізнюлат. *connotatio*, від лат. *con* — разом і *noto* — відзначаю, позначаю) — супутнє значення мовної одиниці. Конотація включає додаткові семантичні або стилістичні елементи, стійко зв'язані з основним значенням у свідомості носіїв мови. Конотація призначена для вираження емоційних або оціночних відтінків висловлювання і віддзеркалює культурні традиції суспільства. Конотації є різновидом прагматичної інформації, яка відображає не самі предмети і явища, а певне відношення до них. Це — додаткове емоційно-оціночне забарвлення слова.

³ *Іллокутивна мета* — це установка на певну відповідну реакцію адресата, яка (установка) повідомляється йому у висловлюванні.

⁴ *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. — СПб: Наука, 2000. — С. 82.

і відношення людини до агентів соціального простору. При цьому слід зазначити, що життєвий світ у розумінні Е. Гуссерля визначався через категорії раціональності й трансцендентальності¹, що приводило до ухилу в соліпсизм². Насправді, життєвий світ людей, що належать до одного сегменту соціального простору, може практично співпадати, що й дозволяє Е. Гуссерлю констатувати трансцендентальність початкових принципів людського існування. Але при порівнянні життєвого світу представників різних спільнот (наприклад, українського олігарха і якутського шамана), то ліній розбіжності їх життєвих світів можна буде виявити значно більше. Єдиним універсальним принципом може служити наявність самого життєвого світу, але питання про його конструювання й функціонування, що залишилося нерозв'язним в рамках класичної феноменології, піддалося розгляду в рамках соціальної феноменології А. Шюца.

А. Шюц зробив акцент у дослідженні життєвого світу на інтерсуб'єктивності, тобто життєвий світ є загальним для багатьох людей через однакові умови їх соціалізації. Саме спільність повсякденного досвіду формує практично однакові схеми сприйняття дійсності, а також поселяє в людях упевненість в тому, що ці схеми є загальними для тих, що всіх оточують. У повсякденній комунікації діє правило взаємозамінності точок зору: кожна людина приймає на віру те, що будь-яка інша людина так само сприйматиме навколишній світ навіть у тому випадку, якщо вони поміняються місцями. Способи переживання дійсності у будь-якому випадку виявляються ідентичними. Другим правилом, логічно наступним з пер-

¹ Гуссерль Э. Картезианские размышления. — СПб.: Наука, Ювента, 1998. — С. 15–20.

² *Соліпсизм* (від лат. *solus* — єдиний і лат. *ipse* — сам) — радикальна філософська позиція, яка характеризується визнанням власної індивідуальної свідомості як єдино-безсумнівної реальності і запереченням об'єктивної реальності оточуючого світу. Інколи цей термін вживається в етичному сенсі як крайній егоцентризм.

шого, є правило збігу систем релевантностей¹, тобто способів оцінювання тих або інших фактів, подій, феноменів тощо².

У замкнених соціальних спільнотах, де умови формування особи однакові для всіх членів цієї спільноти, така упевненість може супроводжувати людину впродовж всього її життя. Інша ситуація складається у випадку зі складними соціальними системами, наприклад, сучасними мегаполісами, які будуються на з'єднанні великої кількості людей, що володіють різними системами релевантності і, проте, вступаючи в комунікацію з метою досягнення взаєморозуміння.

Ю. Хабермас робить акцент на дослідженні саме такого суспільного устрою, тому його розуміння життєвого світу виявляється зосередженим на вивченні повсякденного світу як продукту комунікативних дій. Виражаючись за допомогою термінології самого дослідника, будь-яка дія є оволодінням певною ситуацією, причому зв'язаними в даному випадку виявляються два аспекти дії: телеологічний і комунікативний. Телеологічний аспект полягає у виконанні кожним індивідом запланованої ним послідовності дій для досягнення поставленої мети. Комунікативний аспект спрямований на діалог з іншими акторами соціального простору і встановлення з ними взаєморозуміння. Зрозуміло, в ідеальній моделі передбачається єдність двох аспектів соціальної дії, але на практиці реалізація одного аспекта може не сприяти, а часто й суперечити втіленню іншого. В. Фуре, пояснюючи дане положення, приходять до висновку, що суб'єкти комунікації «узгоджено здійснюють свої плани на підставі загальних тлумачень ситуації»³, причому раціональна оцінка кожної з ситуацій, якої

¹ *Релевантність* (від лат. *relevo* — піднімати, полегшувати) у найзагальнішому сенсі одне з найбільш близьких до поняття адекватності, тобто, не лише оцінка ступеня відповідності, але й ступеня можливості практичного застосування результату, а також ступеня можливості соціального застосування варіанту вирішення проблеми.

² Шюц А. Структура повсякденного мислення // Социс. — 1988. — № 2. — С. 129–137.

³ Фуре В. Н. Філософія незавершеного модерна Ю. Хабермаса. — Минск: Харвест, 2000. — С. 100.

торкнулися, якраз і приводить до взаєморозуміння між учасниками діалогу. Річ у тому, що визначення тієї чи іншої ситуації, що приводиться учасниками комунікативного акту, організує осмислене її сприйняття, дозволяючи віднести ті або інші елементи даної ситуації до одного з потенційно можливих життєвих світів (мається на увазі, кожного із співбесідників), або до елементів зовнішньої соціальної реальності. Формулювання певного трактування є способом абстрагування від поверхневих поглядів і перенесення питання у сферу раціонального мислення, що, за Хабермасом, і є неодмінною умовою комунікативного акту.

Звернення не до одиничних дій, а до цілих послідовностей дій призводить до того, що трактування ситуації змінюють одна іншу, піддаючись постійному критичному осмисленню, що призводить до того, «що комунікативна практика постає як реальний досвід, що забезпечує перевірку адекватності визначень ситуації»¹. Контури ситуації при цьому мають певну текучість, завдяки чому діалог може поступово переходити від одного питання до іншого, причому, якщо сусідні ланки цього процесу будуть зв'язані між собою, то кінцеві елементи можуть розходитися настільки далеко, що сторонньому спостерігачу можуть показатися різними речами. Для безпосередніх учасників комунікації весь діалог постає як безперервна мережа взаємних відсилань, підпорядкованих власній логіці, але при цьому перехідних від однієї до іншої довільним, але не випадковим чином. Тому процес комунікації, незалежно від зміни предмета спілкування, може не просто залишатися у межах раціональності, але й сприяти досягненню згоди між співбесідниками.

У сфері інтерсуб'єктивного сприйняття раціональність досягається за допомогою використання принципів безперервності традиції і когерентності. Інакше кажучи, кожна нова інтерпретація повинна логічно виходити зі всіх попередніх інтерпретацій (що не означає їх збігу), а також повинна

¹ Хабермас Ю. Демократія. Разум. Нравственность. — М.: Наука, 1992. — С. 17.

відповідати явищу або речі, що служить зараз предметом комунікації. Таким чином, життєвий світ людини в комунікативному аспекті можна охарактеризувати за допомогою наступних положень:

1. *Життєвий світ як межа комунікації.* Життєвий світ є безпосередньо даним учаснику комунікації і не може бути проблематизований внаслідок того, що складові його елементи не можуть з повною упевненістю бути віднесеними до соціальних фактів або психологічних припущень, що перешкоджає досягненню в взаєморозуміння ході комунікації. Всі питання, комунікації, що потенційно є предметом, обмежені фоном повсякденного буття людини, причому фон цей ніколи не виходить на передній план. Залишаючись фоном, проте, життєвий світ учасників комунікації є невід'ємною умовою комунікативного акту, оскільки містить символічні передумови, на яких базуються осмислені вислови щодо ситуацій. Інакше кажучи, життєвий світ співбесідників, не будучи безпосереднім учасником комунікації, задає межі комунікації, обумовлює сукупність речей і явищ, які можуть виступати як предмет спільних інтересів.

2. *Життєвий світ як умова комунікації.* Апріорна значущість життєвого світу сприяє онтологічній спільності учасників комунікації незалежно від відмінності точок зору, наявність життєвого світу у обох співбесідників надає їм комунікації потенційну можливість досягнення взаєморозуміння. За словами самого Ю. Хабермаса, «перспективність сприйняття й тлумачення є вирішальною для структури ситуації дії, але свій життєвий світ члени того або іншого колективу відносять до себе в першій особі множини, подібно тому, як одиничний промовець відносить до себе в першій особі однини доступний йому суб'єктивний світ»¹. Однак тут є ще один — лінгвістичний — аспект. Якби у людей не було інтерсуб'єктивно певної можливості позначати ті або

¹ Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // THESIS. — 1993. — Вып. 2. — С. 126.

інші явища стійкими лінгвістичними виразами, то взаєморозуміння онтологічно не могло б бути досягнуте¹. Саме на тій обставині, що будь-яке явище може бути позначене за допомогою стійкого словосполучення, якому можна підібрати адекватне відтворення іншою мовою, побудоване мистецтво перекладу.

3. *Життєвий світ як джерело сенсу комунікації*. Слідуючи цьому положенню, тільки за допомогою життєвого світу об'єкти соціальної й культурної природи потрапляють у поле зору індивіда, стають частиною його запасу знань, який і дозволяє йому знаходити адекватне вираження тій різноманітності ситуацій, в яких він опиняється. На думку самого Ю. Хабермаса, життєвий світ не може видозмінюватися відповідно до накопичуваного досвіду, навпаки, весь одержуваний людиною досвід автоматично переробляється відповідно до тих рамок, які задаються життєвим світом. Сформувавшись в індивіда в процесі соціалізації, життєвий світ утворює ядро інтерпретацій, на основі якого людина підбирає той або інший штамп для віддзеркалення насущного досвіду.

Будь-яка дія, що здійснюється індивідом, носить подвійний характер: з одного боку, він (індивід) виступає в ролі активного суб'єкта, ініціатора цієї дії, а з іншого — посередником, пасивним інтерпретатором соціально обумовлених традицій поведінки, які керують кожним його кроком. Однією з таких умов є нарративне² закріплення досвіду, що отримується в процесі повсякденних комунікацій, і його розташування у межах соціального часу й соціального простору.

Соціальний простір з точки зору комунікативного підходу — це система соціальних відносин, що інтуїтивно відчуваються людьми. Соціальний простір є багатовимірним, тому

¹ Цікаво, що в даному аспекті Ю. Хабермас звертається до проблеми «ідолів» Ф. Бекона, виступаючи проти одного з них, а саме, «ідола ринку».

² *Нарратив* (англ. і франц. *narrative* — розповідь) — історично й культурно обґрунтована інтерпретація певного аспекту світу з певної позиції. В літературі нарратив — лінійне викладення фактів і подій у творі, тобто так, як воно було написано автором.

що існує безліч різнопорядкових соціальних зв'язків (сусідські, споріднені, службові тощо). Він має непряме відношення до простору географічного — люди, що знаходяться на одному ступені соціальної ієрархії, можуть жити в різних кінцях міста, а рідні брати можуть мати кардинально різні соціальні статуси, наприклад, двірника й професора. Розповсюдження сенсів у соціальному просторі означає їх сприйняття людьми, які знаходяться в певних соціальних відносинах з ініціатором комунікації — по горизонталі (які мають однаковий статус) або по вертикалі (які знаходяться на різних ступенях соціальної ієрархії).

Соціальний час — це інтуїтивне відчуття перебігу соціального життя, що переживається сучасниками. Це відчуття залежить від інтенсивності соціальних переживань — якщо в суспільстві змін мало, то соціальний час тече поволі, якщо змін багато, то час прискорює свій хід, тому в трансформованому суспільстві процеси комунікації протікають інтенсивніше, аніж у суспільстві стабільному. Соціальні сенси, які служать своєрідною розмінною монетою цих процесів, не залишаються незмінними, вони мають властивість стирання, тобто поступової втрати цінності по мірі зменшення своєї актуальності.

Нарративізація комунікативного досвіду не тільки сприяє встановленню взаєморозуміння між учасниками комунікації, але і є необхідним атрибутом для одиничного співбесідника, оскільки створює його власну ідентичність. Як відомо, термін «ідентичність» (*identity*), введений у філософський лексикон Дж. Локком, позначає тотожність, збіг людини самої з собою. У цьому сенсі учасники комунікативного акту знаходять власну ідентичність лише за умови послідовного відтворення власної точки зору. З індивідуальної ідентичності залишається один крок до ідентичності соціальної, яка кристалізується у момент усвідомлення індивідом приналежності точки зору, проявленої ним у процесі комунікації, визначеної соціальною спільнотою, збігу ситуативної оцінки аналогічним оцінкам, висловленим представниками даної спільноти.

Відповідно, можна перейти від особового аспекту розгляду комунікації до соціального аспекта і виявити наступні функції комунікації в соціальному житті.

1. *Функція взаєморозуміння*, що полягає у використанні й оновленні запасу соціальних стереотипів поведінки й оцінки ситуації. Стикаючись у процесі комунікації з якоюсь непоясненою ситуацією, індивід підбирає з власного «арсеналу» найбільш відповідний штамп, який або використовується без змін, або (у тому випадку, коли взаєморозуміння в комунікативному акті не може бути досягнуте без поступок точці зору співбесідника) піддається незначним трансформаціям.

2. *Функція соціальної інтеграції*, що виявляється в усвідомленні індивідом спільності своєї точки зору, що висловлюється в процесі комунікації, з аналогічними точками зору, які належать іншим людям. Подібне ототожнення дозволяє усвідомити приналежність, не тільки формальну, але й фактичну, до певної соціальної групи або соціального інституту. Цей принцип використовується в сучасних західних і деяких вітчизняних компаніях для побудови системи корпоративної етики.

3. *Функція соціалізації*, сприяюча утворенню індивідуальної й соціальної ідентичності особи. Формування власної точки зору і усвідомлення її рівнозначності точкам зору інших людей приводить до інтеріоризації соціальних норм і їх засвоєння. Індивід переймає ціннісні орієнтації своєї групи і починає усвідомлено їх відтворювати в процесі комунікації з іншими людьми.

Дані функції сприяють розвитку трьох компонентів життєвого світу, що виділяються Ю. Хабермасом: культури, суспільства й особи. «Культурою називається запас знань, з якого учасники комунікації, прагнучі досягти взаєморозуміння один з одним, черпають інтерпретації. Суспільство складається з легітимних порядків, за допомогою яких учасники комунікації постулювали свою приналежність до певних соціальних груп і добиваються тіснішої інтеграції з рештою представників цих груп. До структури особи відносяться

мотиви і навички, які дозволяють суб'єкту говорити й діяти і при цьому забезпечувати власну ідентичність»¹. Якщо культура є запасом усіх наявних соціальних стереотипів («те, що висловлюється»), то тільки суспільство здатне позначити механізми використання цих знань у потрібному контексті («те, як висловлюється»). Висновок, який можна зробити з даного розгорненого визначення, звучить таким чином: комунікація є універсальною властивістю життєвого світу, сприяючою розвитку всіх його компонентів.

Життєвий світ, з точки зору комунікативного підходу, можна визначити як мовний організований і такий, що передається від покоління до покоління за допомогою культурних традицій запас зразків тлумачення. У цьому сенсі життєвий світ людини є безперервним споживачем інформації, яка «просівається» через сито стереотипів поведінки, сприйняття, тлумачення, для того, щоб бути відкинутою, або сприяти трансформації наявних стереотипів у бік більшої адекватності актуальної ситуації. Таким чином, інформаційний простір включає безліч життєвих світів окремих соціальних акторів, але при цьому не зводиться ні до жодного з них, оскільки виступає зовнішнім по відношенню до індивіда джерелом, інформація з якого потребує рефлексії й інтеріоризації.

Інформаційний простір, таким чином, є сукупність комунікаційних технологій, що забезпечують взаємодію між виробником, передавачем і споживачем інформації.

Структуру інформаційного простору утворюють повідомлення, комунікативні акти й комунікативні канали. Сенси, що містяться в окремих повідомленнях засобів масової комунікації можуть стати інформацією, або не викликати якогось-небудь інтересу у широкій аудиторії. Як показують дослідження російських і українських соціологів, лише 5–7% озвучуваної по телебаченню інформації викликає раціональний або емоційний відгук у глядачів, відповідно, решта повідомлень

¹ Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: Пер. с нем. — СПб.: Наука, 2000. — С. 37.

виступає в ролі інформаційного фону, на який можна не звертати особливої уваги¹. Іноді людина не в змозі відразу ж провести відбір потрібних їй для використання у повсякденних практиках повідомлень, тому і виникає явище «відкладеної інформації», тобто таких повідомлень, які зберігаються в пам'яті індивіда впродовж певного проміжку часу, після чого частина повідомлень використовується, а незатребувані повідомлення замінюються іншими.

У сучасному інформаційному просторі, коли кількість джерел інформації і трансльованих ними повідомлень зростає в рази, людина втрачає можливість орієнтуватися в повідомленнях, сприймаючи лише ті, які безпосередньо мають до неї відношення, ігноруючи всі інші. Зрозуміло, що весь обсяг інформаційних повідомлень, які здатні надати ЗМК і які часто здійснюють непрямий вплив на життєвий світ індивіда, усувається з безпосередньої сфери інтересів, що негативно впливає на прогностичні можливості людини, продукуючи виникнення комунікативних ризиків.

Якщо повідомлення виступає формальною одиницею вимірювання інформації, що не відображає її якісні характеристики, то для визначення змістовної наповненості повідомлення дослідниками використовується термін «текст». Під текстом у сучасній теорії комунікацій розуміється «відносно замкнута, внутрішньо організована знакова система, об'єднана загальним сенсом і така, що містить у собі якусь

¹ Мошак Н. Н., Тимофеев И. А. Особенности политики информационной безопасности в инфокommunikaционной сети // Электросвязь. — 2005. — № 9. — С. 23–28; Горбулін В. П., Додонов О. Г., Ланде Д. В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: Монографія. — К.: Інтертехнологія, 2009. — 164 с.; Косюк О. М. Гра — інформація — комунікація: генетичний розгин розважальної продукції електронних мас-медіа: Монографія. — Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2009. — 231 с.; Прибутько П. С., Лук'янець І. Б. Інформаційні впливи: роль у суспільстві та сучасних воєнних конфліктах. — К.: Видавець Паливода А. В., 2007. — 252 с.; Семігіна Т. В. Інформаційне забезпечення соціальної сфери. — К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. — 156 с.

інтенцію, спонукання до зворотного зв'язку»¹. Сприйняття інформаційних повідомлень, по суті, є декодування текстів, які можуть мати як вербальну, так і візуальну форму. При невербальному спілкуванні роль текстового повідомлення може відігравати так звану «мову жестів», наприклад, ознаки нервового збудження, що проявляються людиною і можуть сприяти правильнішому трактуванню передаваного нею повідомлення, чого можна було б зробити тільки з опорою на вербальні характеристики тексту.

Комунікативними актами можна назвати одиничні взаємодії суб'єктів комунікації, що не припускають продовження процесу комунікації між ними, наприклад, оплата проїзду кондуктору в транспорті задовольняє всі параметри комунікації, оскільки носить раціональний характер і націлена на досягнення взаєморозуміння, але сам процес комунікації в даному випадку априорі носить одиничний характер. Слід відразу обмовитися, що у випадку із засобами масової комунікації поняття «комунікативних актів» може бути вірним тільки по відношенню до споживача інформації, тоді як самі засоби комунікації побудовані на принципі постійного відтворення встановленого взаєморозуміння, що приводить до утворення комунікативних каналів.

Під комунікативними каналами розуміються цілеспрямовані сукупності повідомлень, витікаючі з одних і тих же джерел і розраховані на постійну цільову аудиторію. Інформаційний простір, разом з одиничними комунікативними актами, включає в себе постійно функціонуючі потоки інформації, що відрізняються один від одного «за щільністю, інтенсивністю, а головне — за ступенем стійкості по відношенню до інших інформаційних потоків»². Відносна впорядкованість комунікативних каналів сприяє подрібненню інформаційного простору на окремі елементи, які зберігають тісний

¹ Основы теории коммуникации / Под ред. М. Василика. — М.: Наука, 2003. — С. 12.

² Политические коммуникации / Под ред. А. И. Соловьева. — М.: Аспект Пресс, 2004. — С. 32.

взаємозв'язок між собою, але при цьому характеризуються деякою автономізацією, оскільки орієнтуються на постійний склад комунікативних каналів надходження інформації. Дане явище є характерним для будь-якої історичної епохи і, на відміну від локалізації інформаційного простору в умовах панування засобів електронної комунікації, є інформаційним виділенням індивіда або соціальної групи на підставі обмеженості доступних комунікативних каналів. Ж. Бодрийяр наводить як приклад мешканця середньовічного села, чий перелік комунікативних каналів був достатньо обмеженим і, як правило, складався з односельців, представника феодала, що стягував податки, і періодичних мандрівників¹.

Оскільки життєвий світ людини будується на комунікативних процесах, то і еволюцію життєвого світу в сучасному суспільстві Ю. Хабермас пов'язує із зміною форм і засобів комунікації, в першу чергу, з актуалізацією електронних засобів комунікації. У цьому аспекті його теорія знаходить підтвердження в тих, що виділяються канадським соціологом і філософом М. Маклюеном стадіях, через які проходить комунікація в процесі свого історичного розвитку: усну, письмову, книжкову й посткнижкову², про які йшла мова у попередньому параграфі.

Згідно з теорією М. Маклюена, в будь-яку історичну епоху існує своєрідний інформаційний простір, що характеризується визначеними джерелами інформації, комунікативними каналами, швидкістю передачі і якістю розподілу інформації, а також відповідним рівнем розвитку технологічного забезпечення. Втім, у даному випадку не може йти мова про абсолютизацію якого-небудь одного способу комунікації, оскільки окремі компоненти інформаційного простору завжди функціонують в різних часових ритмах, сполучаючи в єдиний континуум типи комунікації, властиві різним історичним періодам.

¹ Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика. — Спб.: Алетейя, 1999. — С. 193–226.

² Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. — М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. — 495 с.

На першому етапі, що історично відповідає періоду традиційного суспільства, панує безпосередня комунікація, обмежена межами первісного племені територіально і межами одного покоління хронологічно. Людина живе у вічному сьогодні, минуле й майбутнє є зворотніми, вони утворюють кругообіг, у якому складно визначити об'єктивні орієнтири спрямованості історичного процесу. Разом з тим, людина не відокремлена від природи, причетна до навколишнього середовища, що дозволяє їй залишатися цілісною істотою. Основною формою передачі повідомлень є усна комунікація (оповідання, притчі і т. д.), яка не тільки має надто обмежений потенціал збереження соціально значущої інформації, але й зберігає свою ефективність лише за умови збереження колективного устрою життя. Найбільш поширена фігура комунікатора в традиційному суспільстві — це старійшина роду або племені, який передає вироблені попередніми поколіннями знання і навички своїм нащадкам і молодшим родичам.

Поява писемності дозволяє комунікації значно розширитися, оскільки кодування інформації за допомогою символів і знаків відкриває шлях зберігання й накопичення знань у суспільстві, незалежно від конкретних носіїв цього знання. Папірус або пергамент можуть легко транспортуватися на значні відстані або передаватися з покоління в покоління без спотворення, природного в суспільстві усної комунікації. Сама структура письмового тексту сприяє раціоналізації людини і розвитку у неї абстрактного мислення, оскільки зв'язок з конкретними речами, ще відчутний в ієрогліфах, абсолютно втрачається з появою алфавіту. Людина починає мислити не метафорами, а поняттями. Таким чином, поява письмового типу комунікації з необхідністю веде до розширення інформаційного простору і гнучкішої його спеціалізації, оскільки в раніше єдиному просторі починають виділятися стійкі комунікативні канали, що спеціалізуються на передачі певної інформації. У соціальному аспекті спеціалізація інформаційного простору, що посилюється, приводить до виділення окремих ремесел, кожне з яких має на увазі оволодіння навиками і «секретами майстерності», яка і є основним предметом

комунікації всередині соціальної спільноти представників конкретної професії. Цікаво, що ще в середні віки, коли рівень письменності був низьким, книги слугували сховищем інформації, а не виконували повчальну функцію, оскільки звичною справою було читання вголос або розгляд ілюстрацій — основним каналом отримання інформації залишався аудіовізуальний. Августин Блаженний вражав сучасників своїми уміннями, які ми б зараз назвали читанням «про себе», але в книжкову епоху цей тип отримання інформації стає визначальним, людина залишається наодинці з книгою.

Комунікативні канали в умовах такого типу суспільного устрою не припускають наявності крупної соціальної аудиторії, тому основним механізмом соціальної структури є клановість, замкнутість інформаційних потоків у відносно вузькій площині політичної верхівки суспільства. Зрозуміло, комунікації і в традиційному суспільстві існували на всіх рівнях суспільного устрою, але найбільш значущі рішення ухвалювалися і транслиювалися в межах обмеженої групи людей, об'єднаних, як правило, загальним походженням (династія). Характерною межею повсякденних комунікацій Маклюен вважає неструктурованість інтересів широких верств населення і, як наслідок, відсутність механізмів інформаційної репрезентації цих інтересів.

Інакше кажучи, комунікативні канали у традиційному суспільстві працювали лише в одному напрямі, доносячи до народних мас стратегічно важливі рішення, але не доносячи до правлячої верхівки реакції у відповідь. За словами А. Соловйова, що приєднується до позиції Маклюена, «в інформаційному просторі традиційного суспільства було значущим є лише те поле, яке формувалося в дуже обмеженому, верхньому рівні соціуму, а базові комунікації в цьому просторі склалися без участі соціальних аудиторій, чиї інформаційні контакти не мали яких-небудь владних значень»¹. Нерівноважний розподіл комунікативних каналів призводив до виді-

¹ Политические коммуникации / Под ред. А. И. Соловьева. — М.: Аспект Пресс, 2004. — С. 35.

лення в інформаційному просторі традиційного суспільстві двох чітких сегментів, що умовно позначаються як «політична інформація» і «соціальна інформація», інформаційний обмін між якими міг виникати лише спорадично і не приводив до стійких комунікативних зв'язків.

Друкарський етап, названий М. Маклюеном «Галактикою Гуттенберга», знаменує собою панування безликої продукції друкарні, яка одночасно створює масову аудиторію, що чутливо реагує на віяння книжкової моди і сприяє зростанню відчуження, оскільки комунікація стає опосередкованою. З одного боку, в друкарську еру зменшується загроза втрати значущої інформації, з іншого — джерелом знань все більше стає не живе спілкування, а книга. На перше місце виходить авторитет не вчителя, а автора книги. Можна сказати, що книгодрукування як процес виготовлення масової продукції стало одним з перших проявів капіталізму, що зароджується, з його потягом до фабричного способу виготовлення товару. Якщо в перші століття після винаходу книгодрукування держава продовжувала залишатися одноосібним гравцем на ринку друкарської продукції, то в XVIII ст. все кардинально змінюється — засоби масової інформації (перш за все, газети) бере в свої руки буржуазія, вбачаючи в них реальний спосіб інформаційної конкуренції з політичною владою. Монополія держави на інформаційний простір виявляється порушеною, у зв'язку з чим на світ з'являються нові способи регуляції комунікативних каналів і взаємодії окремих сегментів інформаційного простору вже в умовах індустріального суспільства¹.

Погоджуючись по суті з розробленою Маклюеном періодизацією розвитку засобів комунікації, Хабермас трохи інакше позначає провідну тенденцію розвитку комунікацій в індустріальному суспільстві (або в суспільстві «модерну»). Специфіка суспільства «модерну», на думку Хабермаса, полягала в тому, що в ньому опинилася сформована окрема під-

¹ Маловічко О. В. Організаційний потенціал держави у дискурсі глобалізації й інформатизації: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — К., 2010. — 20 с.

система інформаційного простору, яка є сферою публічної інформації. Виникнення цієї сфери, побудованої на відкритому й раціональному використанні інформаційних ресурсів, пов'язується Хабермасом з епохою Просвітництва в інтелектуальній сфері й поступовим наростанням капіталістичних тенденцій — у сфері економіки й матеріального виробництва. Ідеальною моделлю публічної сфери були парламентські дебати, які в XVIII–XIX ст. викликали настільки великий інтерес громадськості, що дослівні звіти про ці дебати друкувалися в щоденних газетах. Інформаційний простір у даному випадку охоплював все суспільство, оскільки малося на увазі, що учасники дискусій раціонально й аргументовано висловлять свої точки зору, а широка публіка зможе сприйняти цю інформацію й позначити своє відношення до обговорюваних питань і до висловлюваних думок. Дана модель виявилася привабливою як для прихильників просвітницької ідеології, оскільки мала на увазі обдумування позицій і ухвалення остаточних рішень тільки після обговорення, так і для прихильників демократичної форми правління, в очах яких публічність інформації гарантувала чесність і прозорість діяльності урядових інститутів.

Преса стає інститутом представництва «третього стану» у владних структурах, що, разом з розвитком виборчих процедур, змінює спосіб взаємин між державою і суспільством, між політичним і соціальним типами інформації, про яких йшлося стосовно інформаційного простору традиційного суспільства. Інформаційні контакти між політичною владою й масовою аудиторією не тільки набувають стійкого характеру, що диктується назрілими змінами у соціальному просторі (Велика французька революція), але й стають двосторонніми.

Ускладнення структури виниклого громадянського суспільства, що проявилось у виникненні партій, привело до посилення диференціації інформаційного простору, оскільки почали вибудовуватися спеціальні комунікативні канали між владою і новими соціальними утвореннями. Інформація про характер діяльності цих утворень по відношенню до державної влади (лояльність/опозиційність) стала важливим

політичним ресурсом, що враховується при ухваленні стратегічних рішень. Саме перехід інформаційного простору під контроль буржуазії привів до розвитку нових інформаційних способів політичного впливу — пропаганда, маркетингові практики, реклама, PR-технології.

Зростання ролі публічної інформації привела до збільшення значущості преси, яка дійсно стала засобом масової інформації, набувши в західноєвропейському суспільстві XIX ст. статусу «четвертої влади» (разом з владою аристократії, церкви й парламенту)¹. Економічне підґрунтя цього процесу полягало в посиленні ринкових відносин і прагненні буржуазії, що народжується, до незалежності від традиційних «господарів життя» — аристократів і церковної верхівки.

Результатом розвитку преси стало створення, на думку Ю. Хабермаса, публічного інформаційного простору, що використовує ресурси друкарської моделі комунікації і що характеризується яскраво вираженим критицизмом по відношенню до політичних інститутів, прагнення до відкритості суспільних і політичних дискусій, посилення незалежності інформації від державних цілей і інтересів. В цілому, розвиток публічного інформаційного простору виступав логічним завершенням процесу розведення суспільства і держави, характерного для ліберальної тенденції в суспільно-політичній думці, що бере свій початок в ідеології епохи просвітництва (Ж. Ж. Руссо).

В ідеології Просвітництва опинилася прихована й реалізована згодом модель зменшення конфліктів в інформаційному просторі. Лібералістська модель досягнення взаєморозуміння, консенсусу, привела до того, що провідним імперативом існування соціального представництва в інформаційному просторі стала вимога толерантності й цивільної відповідальності індивідів або соціальних груп. Інновацією індустріального суспільства стало «відкриття» громадської думки — населення перестало бути пасивним споживачем

¹ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. — М.: Аспект Пресс, 2004. — С. 221.

інформаційних ресурсів, а стало виступати як активний суб'єкт інформаційного простору.

Критичне відношення до проблеми громадської думки було неодноразово висловлено свого часу Ж. Бодрійяром¹, який вказував на те, що появу мовчазної більшості (маси) потрібно розглядати в рамках цілісного процесу історичного опору соціальному. Помилково вважати маси якоюсь суттю, маси — це тінь, що відкидається владою. Маси — це безодня, що поступово поглинає владу. Гегемонія сенсу несе в собі терор схематизації, від якого й намагаються відхилитися маси, перетворюючись кінець кінцем на якусь подібність чорної дірки, що безжально відхиляє і скривлює всі випромінювання, всі потоки, направлений до неї. Сила поглинання, нейтралізації і розсіювання до перетворення в ніщо всього, що до неї направлено, перевершує зараз всю решту сил. Наприклад, маси ніколи не приймали Ідею Бога, але лише його образ, і така доля чекала всю решту схем розуму. Разом з сенсом зникає й інформація, тому всі заклики, засновані на розсудливості, до повнішого інформування мас, до підвищення їх культурного рівня, до забезпечення повноцінної соціалізації — даремні, оскільки за всім цим маси відчувають тиск, якому і протиставляють стратегію розсіювання сенсу і споживання тільки видовищ і знаків замість сенсу. Ухиляються маси від революційних ідеалів, як і від соціальної активності не внаслідок того, що вони дезорієнтовані спритною пропагандою з боку влади. Байдужість — це суть мас, це їх єдина практика. Маси характеризує не негативність і вибух, а поглинання й імплізія. Раніше, коли владні механізми були централізованими й бюрократизованими, пасивність мас віталася владою і підтримувалося нею. Але тепер байдужість і пасивність мас провіщає крах влади, тому спостерігається трансформація її

¹ Див., наприклад: *Бодрійяр Жан*. Прозрачність зла: Сборник эссе; Пер. с фр. Л. Любарской и Е. Марковской. — 4-е изд. — М.: Добросвет, 2010. — 257 с.; *Бодрійяр Ж.* Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика. — Спб.: Алетейя, 1999. — С. 193-226; *Бодрійяр Ж.* Общество потребления: его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. — М.: Республика: Культурная революция, 2006. — 268 с.

установок — підштовхування до участі в управлінні, до активності, заклики висловлюватися, говорити, дискутувати, масам нав'язують соціальність, участь у профспілкових та інших рухах тощо, але еволюція соціального змінилася інволюцією. Тому, зараз з масою заграють, оточують її турботою, її досліджують, розгортають інформаційність, намагаючись реалізувати зворотний зв'язок, але ефект — зворотний. Інформація, яку намагаються ввести в маси з метою трансформувати маси в енергію для побудови «соціального», лише здійснює подальше виробництво маси, все більш ослабляючи «поле соціальності». Шаленство пануючих зараз масмедіа й інформації руйнує соціальне, соціальна енергія мас згасла. З сенсом справа йде також, як з товаром. Раніше капітал був стурбований тільки виробництвом, оскільки із споживання проблем не виникало, зараз потрібно враховувати і попит, і споживачів, і їх потреби. Виробництво попиту і виробництво соціального багато в чому — одне і те ж. Раніше і влада, і революціонери намагалися нарощувати виробництво сенсу. Сьогодні головна проблема системи — це виробництво сенсу, без якого влада виявляється, по суті, простим симулякром, тому виробництво попиту на сенс невимірно важливіше. Але врешті-решт виробництво попиту на сенс стане нездійсненним. Ситуація схожа на гру двох сторін і поки не можна сказати, хто бере в ній верх: симуляція, яку влада обрушує на маси, або симуляція, яку маси у відповідь обертають на владу. Мовчання мас — «це не мовчання, яке не говорить, це мовчання, яке накладає заборону на те, щоб про нього говорили від його імені». Представників у мовчазної більшості немає — «репрезентація розплачується за своє минуле панування»¹.

З технологічної точки зору процес формування інформаційного простору також зазнав чималих змін: крім відкриття друкарського способу виготовлення книг, було задіяне й машинне виробництво друкарської продукції, а потреби у безперервному збільшенні споживчої аудиторії приводило

¹ *Бодрійяр Ж.* В тени молчаливого большинства или Конец социального. — Екатеринбург, 2000, — С. 5–9.

до формування нових засобів комунікації, перш за все, радіо й телебачення, що ознаменували собою настання ери засобів електронної комунікації.

Безперечним мінусом розгляду Ю. Хабермасом публічної сфери інформації, вже неодноразово відзначеним критиками, виявилось ігнорування ним інтересів власників і виробників засобів масової інформації, дії яких сприяли зміні конфігурації інформаційного простору у бік обслуговування владних інтересів. Ця тенденція особливо виразно виявилася в період, коли інформатизація комунікативних процесів призвела до утворення засобів масової інформації (телебачення й Інтернет), а також особливої форми представницької демократії, що одержала назву медіакратія.

XX ст., разом з багатьма іншими звершень, видозмінило й пануючий тип комунікації — на зміну книзі прийшов екран, який багато в чому повернув людину до часу, коли інформація доносилася до свідомості за допомогою візуального ряду (простіше кажучи, зображення, а не тексту). М. Маклюен оптимістично вважав, що телебачення, відновлюючи втрачену гармонію між раціональним і плотським, між візуальним і вербальним, між понятійним і метафоричним, повертає людині цілісність і повноту сприйняття й переживання нею світу¹. Через декілька десятків років, цей прогноз вже не виглядає реалістичним. Телебачення, а, тим більше, Інтернет, переносить людину навіть в найвіддаленіші куточки планети, дає ілюзорну можливість відчутти себе учасником подій на іншому кінці земної кулі, що народжує, за словами Ж. Бодрійяра, «емоційну відчуженість». Телеглядач може, сидячи на дивані, спостерігати за ходом війни в Іраку, навіть більше — війна для нього існує лише у вигляді екранної заставки, яку можна змінити одним натисненням кнопки.

Разом з тим, інформаційний простір постіндустріального суспільства виступає як закономірна стадія розвитку суспільства і його компонентів, тому цілком виправданим пред-

¹ Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. — М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. — 495 с.

ставляється застосування до його аналізу тим тих методів, які були апробовані на дослідженні попередніх історичних епох. Можна погодитися з російським дослідником В. Устьянцевим, що «ступінь застосовності класичних і некласичних парадигм інформаційного простору індустріального суспільства до аналізу постіндустріального суспільства пояснюється тим, що інформатизація соціуму не підриває просторові структури, що склалися, а змінює форми соціальної детермінації людської діяльності в просторі»¹.

Симптомом епохи засобів електронної комунікації стає структуризація часу постійними випусками новин, які створюють абсолютно особливий образ людини, яка не зобов'язана все знати, але зобов'язаний завжди «бути в курсі». Можливості практично безмежного розширення комунікації в соціальному просторі, коли людина по Інтернету може знайти своїх однодумців практично в будь-якій країні світу (у 1998 році була зафіксована перша спроба створення мережевого етносу не на підставі спільності території або мови, а на підставі спільності інтересів), не означають протікання аналогічних процесів і в соціальному часі. Швидше, навпаки, розпилювання людини в інформаційному просторі приводить до його неможливості зібрати себе як хронологічно впорядковану послідовність станів і точок зору. Представники сучасної молоді, розділені буквально декількома роками, вже насилу знаходять спільну мову у сфері особистих інтересів (змінюється як сленг, так і кумири, цінності і стилі поведінки) — на зміну проблемі «батьків і дітей» приходиться проблема «старших і молодших дітей». Крім того, постійне отримання інформації стає своєрідним наркотиком, що вимагає все нових і нових доз (у психології цей процес отримав назву «синдром нав'язливого споживання інформації», симптомами чого служить непомірний перегляд телепередач або розгадування кросвордів).

¹ Устьянецев В. Б. Пространство информационного общества // Информационная цивилизация: пространство, человек, культура. — Саратов: Изд-во Поволжского межрегионального уч. центра, 2000. — С. 5.

Розростання й інформатизація сфери комунікацій — ці чинники позначаються і на характері політичного устрою суспільства, відбувається «замикання» людини на «приватній» сфері власних інтересів, тоді як сфера «публічна» стає підпорядкованою, що примушує політичних діячів підстроюватися під бажання публіки. Симптоматичним явищем перетворення політики у свого роду телевізійне шоу стає зміна основного типу радників будь-якого політичного керівника — якщо в 60-і роки як такі виступали *speechwriters* (укладачі мов), то в 90-і роки їм на зміну приходять *imagemakers* (творці образів). Мистецтво переконання поступається місцем мистецтву справляти відповідне враження на телевізійну аудиторію.

Зміна ціннісних пріоритетів не могла не викликати відповідного відгуку в структурі соціального і політичного простору сучасного суспільства. Посилюється темп виготовлення і споживання інформації, що приводить до явища «футурошоку», яке описує в одній з своїх робіт американський футуролог Е. Тоффлер, тобто багато разів посилюється швидкість соціальних взаємодій і пов'язаних з ними змін у соціальній інфраструктурі. У соціокультурній ситуації, при якій головним чинником, що впливає на соціальний успіх людини, стає рівень його інформаційного забезпечення, провідним соціальним інститутом стає освіта. Надзвичайно важливого значення набуває вже не базова освіта і набір знань, що робить суб'єкта фахівцем у конкретній галузі науки або практики, а оволодіння навиками отримання нових знань і, відповідно, готовність до постійного підвищення або навіть зміни своєї кваліфікації.

Домінуючою стратегією політичних суб'єктів стає посилення контролю за ступенем розповсюдження інформації, причому основним способом такого контролю стає вже не посилення цензури, а різке збільшення джерел інформації за короткочасний проміжок часу, що позбавляє людину можливості розібратися в ситуації. З метою досягнення подібного ефекту, створюються нові джерела інформації або забезпечується доступ до вже існуючих засобів масової інформації.

Подальший розвиток телебачення, радіо, телефонії, космічних і телекомунікаційних каналів зв'язку, а найголовніше, стрімко розширення інформаційного й комунікаційного потенціалу глобальної комп'ютерної мережі Інтернет привело до утворення в сучасному суспільстві електронної інформаційної структури, паралельної традиційній. І надалі електронна інформаційна структура може стати по суті основним джерелом інформації для людини, роблячи безпосередній вплив на її психічну діяльність і формування її соціальної поведінки.

Ще однією тенденцією, що анігілює публічність інформації, стає локалізація інформаційного простору, що полягає в утворенні особливих сегментів, що структурно є переплетенням новітніх комп'ютерних технологій з соціальними структурами, які піддаються безперервній модернізації. Кожен сегмент інформаційного простору перетворюється на об'єкт конкурентної боротьби між власниками засобів електронної комунікації за ексклюзивність права надання інформаційних послуг. Як приклад можна привести спеціалізацію телевізійних каналів на цільовій аудиторії, що належить до певних соціальних груп: ділові канали, де основними повідомленнями, що передаються за допомогою комунікативних каналів, є відомості про фондові ринки і біржові індекси; сімейні канали, орієнтовані на практично застосовну складову інформаційного простору; розважальні канали, що надають інформаційні послуги розважальної та ігрової властивості.

Прагнення зберегти свій життєвий світ у недоторканності й об'єктивні ускладнення, що виникають при здійсненні цього прагнення зважаючи на наявність безлічі джерел інформації, що суперечать один одному, можуть послужити джерелом архаїзації життєвих цінностей і пріоритетів. Пануючим прагненням людини стає консервативна спрямованість на збереження існуючого стану речей або відновлення того порядку, який уявляється суб'єкту ідеальним варіантом життєвої стратегії, що може призвести до некритичного відношення до одного джерела інформації і повного заперечення альтернативних джерел, неможливості неупередженого й об'єктивного оцінювання ситуації, що складається.

Комунікативність, як властивість соціальної реальності, є сукупністю умов, що забезпечують можливість встановлення діалогу, взаємодії між двома суб'єктами — індивідуальними або соціальними. Але в умовах інформатизації і комп'ютеризації соціальної реальності як невід'ємна умова подібної взаємодії виступає наявність налагоджених комунікацій, каналів трансляції і репродукції інформації, що дозволяє вважати найбільш характерною властивістю сучасного інформаційного простору не комунікативність, а комунікаційність. Під визначення комунікаційності підпадають технології й засоби комунікації, сприяючи встановленню контактів між виробниками, посередниками і споживачами інформації. Дана відмінність дозволяє говорити про необхідність методологічного синтезу комунікативного і комунікаційного підходів з метою найбільш адекватного відображення характерних рис інформаційного простору в умовах сучасного соціального розвитку.

Таким чином, комунікаційну природу інформаційного простору можна виразити в наступному. Комунікаційний підхід будується на теорії «публічної інформації» Ю. Хабермаса і еволюціоністському баченні засобів комунікації М. Маклюєна. Його безперечною перевагою, у порівнянні з існуючими соціально-філософськими підходами, є зосередженість на питаннях структуризації інформаційного простору і виявлення його значущості в повсякденному житті сучасної людини.

Комунікація є невід'ємним феноменом життєвого світу людини, забезпечуючи інтерсуб'єктивний характер його утворення і функціонування. Життєвий світ, у свою чергу, виступає як *межа комунікації*, зумовлюючи наявність схожих для всіх учасників комунікації тем спілкування; *умова комунікації*, оскільки наявність життєвого світу є фундаментальною властивістю спільності різних індивідів, що долає різницю точок зору, а також *джерело сенсів комунікації*, на якому базуються сформульовані в процесі взаємодії точки зору.

Нарративізація комунікативного досвіду, що виробляється в процесі окремих актів комунікації, приводить до усвідомлення єдності точок зору, що висловлюються щодо окремих ситуацій, тобто сприяє формуванню особової ідентичності.

Схожість одиничної точки зору з аналогічними оцінками, висловлюваними представниками певної соціальної групи, приводить до утворення соціальної ідентичності. Таким чином, комунікація сприяє соціалізації індивіда, а також підтримці й трансформації запасу соціальних стереотипів, способів їх актуалізації й легітимації.

Окремі комунікативні акти, учасники яких звертаються до запасу соціально значущої інформації, що є в суспільстві, актуалізуючи її, або змінюючи відповідно до принципу когерентності, є невід'ємною частиною соціального життя. Разом з тим, в сучасному суспільстві структуру інформаційного простору утворюють технології й засоби комунікації, що дозволяють встановити контакт між різними сторонами діалогу незалежно від просторово-часових координат їх функціонування. Інформаційний простір, з точки зору комунікаційного підходу, є сукупність комунікаційних технологій, що забезпечують взаємодію між виробником, передавачем і споживачем інформації.

Відмінність у способах комунікації визначає своєрідність інформаційного простору в різні історичні епохи, тому М. Маклюєн пропонує наступну періодизацію динаміки інформаційного простору, відповідно до основних способів комунікації — усний і письмовий (традиційне суспільство), книжний (індустріальне суспільство) і електронний (постіндустріальне суспільство).

Специфіка інформаційного простору в рамках постіндустріального суспільства з позицій комунікативного підходу полягає у формуванні засобів електронної комунікації, сприяючих подоланню інформаційним простором меж державних суб'єктів і утворенню транснаціонального інформаційного простору. Сучасний інформаційний простір утворюється з безлічі комунікативних каналів, що, з одного боку, полегшує для індивіда процес отримання інформації, а з іншого — створює ускладнення для раціоналізації комунікації й вибудовування власної ідентичності.

На підставі викладеного вище можна виділити деякі позитивні цивілізаційні тенденції сучасного суспільства, які свідчать про комунікативну природу інформаційного простору.

В процесі інформатизації цілеспрямовано формуються й розвиваються інформаційні потреби суспільства, що припускає створення таких умов, при яких у людини в процесі її життєдіяльності виникає необхідність і інтерес до підвищення свого рівня інформованості й інформаційної культури. Ці умови можуть бути як економічними, так і соціальними. Без цілеспрямованого розвитку інформаційних потреб суспільства не можна розраховувати на успіх інформатизації, оскільки в цьому випадку результати інформатизації можуть виявитися просто незатребуваними.

Таким чином, інформатизація, з одного боку, сприяє найбільш ефективному задоволенню потреб в комунікації, а, з іншого — вона породжує нові інформаційно-комунікативні потреби. Наявність інформаційних потреб дозволяє говорити про інформацію як про ресурс, що задовольняє ці потреби. Відзначимо, що зростання інформаційних потреб сприяє інтелектуалізації й духовному розвитку як окремої людини, так і суспільства в цілому.

Перетворення інформації в комутаційний ресурс, що визначає розвиток цивілізації. В кінці ХХ століття вперше в розвитку людського суспільства інформація стає пріоритетним ресурсом. Успішне вирішення проблем соціально-економічного розвитку суспільства багато в чому визначається тим, наскільки ефективно використовується інформація як ресурс у всіх сферах діяльності, наскільки широко застосовуються сучасні інформаційні технології як засіб використання інформаційного ресурсу. Інформатизація дає можливість масового використання інформаційних технологій у всіх сферах діяльності людини, створення автоматизованих інформаційних систем, що ефективно підтримують функціонування економічних, організаційних і соціально-культурних структур (наукова і освітня діяльність, промислове виробництво, фінансова діяльність, охорона здоров'я, торгівля, діяльність різних органів влади і т. д.).

Обробка й застосування інформаційного ресурсу за допомогою сучасних інформаційних технологій сприяє підвищенню ефективності використання і економії трудових, речовин-

но-енергетичних, фінансових ресурсів. В цілому відбувається фундаментальна зміна структури ресурсів, необхідних для життєдіяльності суспільства, і на передній план висувуються саме інформаційно-комунікаційні ресурси. Використання таких ресурсів і сучасних інформаційних технологій у сфері матеріального виробництва дозволяє вирішувати принципово нові задачі, недоступні у разі застосування тільки речовинно-енергетичних технологій. Таким чином, інформація все більшою мірою використовується як ресурс розвитку держави і найважливіший якісний чинник переходу на шлях комунікаційного розвитку суспільства.

Інформатизація опирається на використання всіх засобів традиційної й сучасної інформаційної технології, яка включає не тільки комп'ютери, але й телекомунікації, візуально-акустичні пристрої, інтегровані інформаційні мережі різноманітних типів тощо¹. Уже тільки перераховане дозволяє зробити висновок про системний характер процесу інформатизації. Ця системність інформатизації виявляє себе ще й у тому, що суміжні інформаційні галузі: зв'язок, теле- й радіомовлення, журнально-газетна й книговидавнича справа, фото-, відео- й аудіоіндустрія все в більшій мірі поєднуються з усіма прошарками електронно-обчислювально-програмної промисловості. Інформатизація дозволяє системно на базі інформаційних технологій зв'язати воедино всі інформаційно-комунікаційні послуги. Підкреслимо, що саме злиття когнітивних, соціокультурних і техніко-технологічних процесів найбільш адекватно характеризує процес інформатизації.

Для використання інформації як пріоритетного ресурсу розвитку суспільства необхідне підвищення інтелектуального рівня перш за все окремої людини. Інформація може бути ресурсом тільки для людини, що досягла певного рівня інтелектуального розвитку, яка зможе використовувати інформацію саме як ресурс, інакше інформація стає інформаційним шумом, який тільки збільшує ентропію даної системи, тобто

¹ Уханов Є. В. Мережеві комунікації та соціальне самовизначення індивіда: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — Х., 2010. — 18 с.

суспільства. Тому інтелектуалізація суспільства пов'язана, перш за все, з розвитком освіти, підвищенням якості підготовки фахівців, досягненням високого рівня інформаційної культури і т. д. Розвиток процесу інформатизації суспільства і подальше становлення інформаційного суспільства приводить до необхідності постійно вчитися, підвищувати кваліфікацію, а іноді й перекваліфіковуватися. Таким чином, процес освіти стає безперервним протягом всього життя людини. У зв'язку з цим, особливої важливості набуває віртуалізація освіти, яка виявляється в створенні систем дистанційного навчання, систем відкритої освіти, що дають можливість формувати індивідуальні програми для навчання.

Нові інформаційні технології відіграють велику роль у розвитку інтелектуальних здібностей людини. Ці технології розглядаються фахівцями як засіб розвитку таких якостей людини XXI століття, як системне наукове мислення, конструктивне образне мислення, розвинена уява, просторове і асоціативне мислення, розвинена інтуїція, варіативність мислення і відчуття нового, хороша лінгвістична підготовка і володіння іноземними мовами, які найбільшою мірою забезпечують можливість широких міжнаціональних контактів людини.

Підвищення інтелектуального рівня окремої людини веде до інтелектуалізації всього суспільства в цілому, що є необхідною складовою процесу інформатизації, оскільки тільки суспільство з високим інтелектуальним потенціалом здатне реалізувати всі можливості інформатизації, а не зупинитися тільки на техніко-технологічній стороні цього процесу.

Сучасні інформаційні технології, звільняючи людський інтелект від рутинних операцій, багато разів збільшуючи запас і різноманітність доступної йому інформації, є могутнім чинником стимулювання творчої діяльності. Особливу роль в контексті комунікації інформаційного простору відіграє віртуалізація науки. В даний час у світовій науковій спільноті набули широкого поширення так звані «розподілені творчі колективи». Оперативна взаємодія членів таких колективів відбувається за допомогою мережі Інтернет. Сучасні й перспективні технології віртуальної реальності, якщо їх спеціаль-

но орієнтувати на підтримку творчості людей в тій або іншій сфері, можуть істотним чином полегшити підготовку й реалізацію творчих процесів. Творча людина сьогодні має можливість створювати спочатку деяку віртуальну реальність у своїй галузі і тільки тоді переходити до процесу матеріалізації цієї віртуальної реальності у вигляді креслень, малюнків і т. п., які, до речі, теж можуть бути зафіксовані на електронних носіях інформації.

Сучасні інформаційні технології є способом залучення людини до джерел і змісту всієї світової культури. Інформатизація — найважливіший спосіб усупільнення знань, перетворення їх в загальне надбання. Відзначимо, що тільки на основі загальнодоступності знань і всіх досягнень світової культури і може відбутися зміна традиційних світоглядних установок суспільства на цінності і принципи соціальних комунікацій.

Таким чином, в процесі інформатизації потужно трансформується інтелектуальний потенціал соціуму за допомогою засобів інформатики, особливо заснованих на системах штучного інтелекту. Відбувається підвищення інтелектуального й інформаційного потенціалу нації, тобто здібності людей проводити і засвоювати нові знання, істотно розширюються можливості пізнання й комунікацій. Це приводить до зростання інтелектуалізації суспільства в цілому, що особливо важливо для становлення ноосферного інтелекту людства.

В даний час все частіше рівень розвитку того або іншого суспільства оцінюється за рівнем розвитку його інформаційної сфери. Разом з техносферою створюється інфосфера як планетарна інфраструктура, об'єднуюча інтелектуальні комп'ютерні системи і глобальні телекомунікаційні мережі. На основі створеної інфосфери суспільство опановує процеси виробництва і розумного використання інформації, долає інформаційну кризу і якнайповніше реалізує право доступу кожної людини до інформації.

В майбутньому інфосфера дозволить здійснити безперервний моніторинг стану навколишнього середовища з метою

збору інформації для запобігання негативним впливам людини на природу і вживання дієвих заходів для захисту людини від природних явищ, що завдають збитку її здоров'ю, матеріальному і соціальному стану. Сьогодні за допомогою інфосфери не просто охоплюється вся цивілізація, але й формується свій, багато в чому ще замкнутий світ. Серед творців і користувачів інфосфери вже затверджується інший спосіб мислення, комунікацій, нова етика й культура розуміння; комп'ютер, інформаційна техніка і технології відкривають і нові виміри свідомості.

Таким чином, йдеться не просто про нову технологічну епоху в розвитку людства, що змінює еру послідовно нарощуючих свою потужність енергетичних технологій. По суті можна зробити висновок про те, що інфосфера є третьою природою, що піднімається над першою природою як такою і штучною природою, створеною людиною. Більше того, інфосфера сполучає природне і штучне середовища, утворюючи новий інтелектуально-комунікаційний простір.

Використання комп'ютерних технологій створює принципово інші можливості не тільки в отриманні людиною нових знань, але і в розвитку її відчуттів і всієї емоційної сфери. Комп'ютерні технології стають, наприклад, інструментальною основою екранного мистецтва, яке, знаходячи нову якість, робить широко доступними шедеври світової культури.

Розвиток інформаційних технологій приводить до появи глобальних інформаційних мереж (таких як мережа Інтернет). Глобальні інформаційні мережі, роблячи інформацію загальнодоступною, формують нові типи людських комунікацій, багато в чому трансформують колишні цінності і пропонують нові, такі як відкритість суспільства й людини, пріоритетний розвиток пізнавальної здатності людей, їх духовності.

На основі глобальних комп'ютерних мереж формується розподілений банк знань. Основу цього банку знань складає фундаментальна науково-технічна інформація, що відображає закони розвитку природи і суспільства. Це та інформація, яка всеосяжно описує наукову картину світу. Наукова

картина світу є певною системою знань, яка при відчуженні від конкретного співтовариства втрачає свій операційний характер. Тому, щоб картина світу могла виступати як описова структура наочної реальності, вона сама повинна бути описана. Як такий інформаційний опис наукової картини світу (інформаційної моделі світу) і служитиме вказаний банк знань. На нашу думку, формування такої інформаційної моделі світу стане одним з найважливіших результатів інформатизації, який позитивно позначиться на вирішенні багатьох глобальних проблем цивілізації.

Створення банку знань, для користування яким буде додано наявності персонального комп'ютера, відкриє широкі можливості багатократного і швидкого використання знань, накопичених усім людством. Завдяки процесу інформатизації знання стають загальнолюдським надбанням. Підкреслимо, що знання — єдина форма колективної власності, яка тільки примножується від використання. Відповідно, використання банку знань приводить тільки до його подальшого поповнення й розвитку. У принциповій невичерпності розподіленого банку знань і полягає особливість цього типу власності.

Зростання й накопичення знань є визначальним чинником розвитку людства, спрямований стійкий розвиток у принципі неможливо здійснити без інформаційного забезпечення. Обсяг інформації, необхідний для переходу до стійкого розвитку, на багато порядків вище, ніж при стихійному розвитку суспільства. Але справа не тільки в кількості інформації, але і в її якості. Важливо забезпечити перехід до стійкого розвитку необхідною по кількості й якості інформацією. Роль такого інформаційного забезпечення і відіграватиме розподілений банк знань, створений на основі сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

На певній стадії розвитку інформатизації відбувається формування глобальної інформаційної системи, розвиток якої приведе до інформаційного об'єднання людства в єдиний соціум. Відзначимо, що це може мати вирішального значення для глобалізації процесу переходу цивілізації на шлях

стійкого розвитку¹. Єдиний людський соціум буде з необхідністю володіти інтелектом, але це буде вже емерджентно новий — інтегральний інтелект, який не може бути зведений до простої суми окремих інтелектів, його складових, цей інтелект володітиме принципово новою системною якістю.

Інтегральний інтелект — це система, об'єднуюча людей інформаційними зв'язками, завдяки якій їм стають доступні загальні знання, загальне розуміння ситуації. В результаті неминуче виникає єдине бачення того, що відбувається як основа для загальних вирішень і дій. Інтегральний інтелект об'єктивно стане якимось інструментом, що управляє діями людей. Інформаційною підтримкою такого управління слугуватиме банк знань, заснований на сучасних інформаційних технологіях. Будучи озброєним усіма технічними нововведеннями інформаційних технологій, інтегральний інтелект придбає справді дивовижну могутність. Формування інтегрального інтелекту має велике значення для вирішення глобальних проблем сучасної цивілізації, переходу до стійкого розвитку, а також для створення інформаційного суспільства і подальшого становлення ноосфери.

Найважливішою тенденцією сучасного процесу інформатизації є становлення інформаційного суспільства спочатку в країнах-лідерах інформатизації, а в перспективі — глобального інформаційного суспільства, що не виключає різноманіття в окремих країнах і регіонах. У інформаційному суспільстві

¹ Див., наприклад: Мнацаканян М. О. Нации в современном глобальном мире: модернистские, конструктивистские и постмодернистские теории. — М.: Анкил, 2011. — 324 с.; Гражданское общество в эпоху глобальной информатизации: II Молодежная научная конференция, Москва, 19–20 ноября 2010 г.: Сборник материалов / Редкол.: В. А. Луков (отв. ред.), В. И. Буренко, А. К. Сквоиков. — М.: Изд-во Московского гуманитарного ун-та, 2010. — 242 с.; Таскаев Г. С. Глобализация как тенденция нового времени. — М.: МАКС Пресс, 2011. — 110 с.; Гайдабрус Н. В. Смысл жизни человека в условиях глобальных проблем современности: Монография. — Пенза: Изд-во ПГУАС, 2011. — 119 с.; Макаревич Э. Ф. Последний бастион: глобальная культура коммуникаций / Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. — М.: Дрофа, 2011. — 430 с.

широке застосування інформаційного ресурсу кардинальним чином змінює всю структуру соціальної діяльності. Основу соціальної динаміки в інформаційному суспільстві складуть не традиційні матеріальні, а інформаційні, інтелектуальні ресурси — знання, наука, організаційні чинники, інтелектуальні здібності людей, їх ініціатива, творчість.

Завдяки засобам інформатики і новим інформаційним технологіям діяльність переважної більшості (до 90%) населення країн, що вступили в стадію інформаційного суспільства, буде так чи інакше пов'язана з інформацією. І лише решта частини населення трудитиметься в матеріальній сфері, тобто в промисловості і сільському господарстві. Таке переструктурування діяльності людини сприятиме значному зниженню антропогенного тиску на біосферу, що є важливим чинником збереження стійкості біосфери. Інформаційне суспільство дозволяє вирішувати глобальні проблеми сучасної цивілізації, наявність яких є серйозною перешкодою для переходу цивілізації до стійкого розвитку в планетарному масштабі.

Таким чином, основним чинником, що структурує й змінює інформаційний простір постіндустріального суспільства, стає діяльність засобів електронної комунікації, перш за все, Інтернету. Оскільки глобалізований інформаційний простір здійснює вплив на всі сфери суспільного життя, то особливий інтерес викликає з'ясування тієї ролі, яку відіграють засоби електронної комунікації в процесах функціонування соціальних інститутів і життєдіяльності окремих індивідів. Річ у тому, що сам термін «засоби електронної комунікації» не стає предметом концептуалізації, тому дослідники, що пишуть про сучасні наслідки комп'ютерної революції, роблять акцент на окремих сферах, у яких застосовуються дані засоби, наприклад, аналізують потенціал розвитку Інтернет-бізнесу або медіакратії. З нашої точки зору, необхідно спершу поставити питання про те, які власне інновації вносять поява засобів електронної комунікації в процес комунікації людей, яким чином цифрова форма подачі інформації полегшує процес досягнення консенсусу, або створює достатньо серйозні перешкоди на шляху до взаємовигідної угоди.

1.3. Інституціоналізація комунікаційного простору

Суспільство в принципі є організованим на інституційній основі і являє собою систему інститутів, що представляють, за визначенням Д. Норта, по-перше, правила і норми поведінки, які структурують взаємодії, що повторюються між людьми, і, по-друге, механізми, що забезпечують виконання правил. Іншими словами, інститути — це «створені людиною обмежувальні рамки, які організують взаємини між людьми»¹.

Інститут — це впорядкована людська життєдіяльність, яка зникає для суспільства, якщо вона не є інституціоналізованою. Отже, суспільство поза інститутами неможливе, як неможливе соціальне життя «поза всякими правилами». Тому, той або інший соціальний інститут — це не просто структурна частина суспільного організму, а частина системи (соціальних інститутів) життєзабезпечення суспільства. У науковій літературі «інституціоналізація» (від лат. — встановлювати, фундувати) визначається як утворення стабільних зразків соціальної взаємодії, заснованої на формалізованих правилах, законах, звичаях і ритуалах. Поступово форми соціальної практики інституціоналізуються, «якщо знаходять віддзеркалення у правовій системі, що вже склалася, та/або організаційно санкціонуються державою»².

Інституційна інтерпретація комунікаційного простору соціуму включає наступні аспекти. По-перше, слід звернутися до найважливіших параметрів і характеристик соціальних інститутів і показати можливість і необхідність їх наявності у інститутів комунікаційного простору. У цьому плані також важливим є й аналіз історичного аспекту їх формування та інституціоналізації, їх місця в системі інститутів суспільства.

¹ Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. Теория и история экономических и социальных институтов в систем. — Вып. 2. — М.: Начала-Пресс, 1993. — С. 73.

² Институционализация // Философский словарь; под ред. И. Т. Фролова. — 7-е изд., перераб. и доп. — М.: Республика, 2001. — С. 209–210.

По-друге, необхідно й доцільно розглянути соціальні функції досліджуваного явища, ролі, що виконуються ним у суспільстві, їх структуру.

По-третє, вивчити характер і механізми взаємодії інститутів комунікаційного простору з іншими соціальними інститутами.

По-четверте, надзвичайно важлива проблема функціональності-дисфункціональності даного феномена, його внеску в стабілізацію або дестабілізацію суспільства.

Комплексне вирішення цих і пов'язаних з ними завдань дозволить повною мірою не тільки дати розгорнене обґрунтування тлумачення структурних складових комунікаційного простору як соціальних інститутів, але й висвітити ключові інституційні зміни, що й знаходитиметься у фокусі розгляду даного параграфа.

Зміни, що привносяться в сучасний світ комунікацією, здійснюються у реальному часі. Для дослідження реального часу й простору М. Бахтін застосовує спеціальну категорію, яку він назвав «хронотоп»¹, що буквально означає «часопростір». Оскільки існують різні хронотопи (просторово-часові координати), то для соціальної комунікації вибирається соціальний хронотоп, а не матеріальний тривимірний простір і астрономічний час. Причина такого «видалення» в умоглядний хронотоп полягає в ідеальній природі сенсів, якими оперує соціальна комунікація. Оскільки сенси належать не матеріальній, а ідеальній реальності, то їх рух слід фіксувати ідеальними, а не матеріальними інструментами. Таким ідеальним інструментом служить поняття «комунікаційний простір».

Комунікаційний простір є одним з елементів змісту більш широкого поняття «соціальний простір», яке репрезентується в соціальній науці й філософії. З ним пов'язана поява особливого підходу, названого французьким соціологом П. Бурдьє «соціальною топологією». За її допомогою, на думку П. Бурдьє, «можна зобразити соціальний світ у формі багатовимір-

¹ Бахтин М. М. Философия и социология гуманитарных наук / Вступ. ст. Н. Л. Васильева. — СПб.: Аста-пресс, 1995. — 380 с.

ного простору, побудованого за принципами диференціації й розподілу, сформованими сукупністю діючих властивостей в даному соціальному універсумі»¹. Розповсюдження сенсів у комунікаційному просторі означає сприйняття їх людьми, які знаходяться в певних соціальних відносинах з комунікантами. Комуніканту важливо, щоб сенс повідомлення дійшов до соціально пов'язаних з ним людей і був ними правильно зрозумілим, інакше одержувана взаємодія втратить ранг смислової, де соціальної комунікації немає.

Проблеми конструювання й дешифрації комунікаційних просторів стали творчим завданням багатьох досліджень, зокрема у низці наукових праць С. Денисюк, В. Корнієнка, М. Мамардашвілі, В. Подороги, А. Шияна та інших авторів². Вони демонструють інтуїтивне відчуття перебігу соціального життя, що переживається людиною, яке багато в чому залежить від інтенсивності соціальних змін. Якщо в суспільстві змін мало, соціальний час тече поволі; якщо змін багато, час прискорює свій хід.

Рух сенсів у соціальному часі — це тривалість збереження сенсами своєї цінності. Соціальні сенси (знання, емоції, стимули) мають властивість старіння, тобто втрачають цінність з часом. Але тільки не з календарно-астрономічним часом, вимірюваним цілодобово, роками, століттями, а з соціальним часом, вимірюваним швидкістю суспільних перетворень. Сенси застарівають тому, що з'являються нові, актуальніші сенси, які заволодівають увагою суспільства. Тому одні сенси, наприклад математичні теореми, зберігають свою цінність

¹ Бурдые П. Социология социального пространства. — СПб.: Алетейя, 2005. — С. 15.

² Див., наприклад: Мамардашвили М. Психологическая топология пути: М. Пруст «В поисках утраченного времени». — СПб.: Изд-во Русского Христианского гуманитарного института, 1997. — 570 с.; Подорога В. А. Выражение и смысл. Ландшафтные миры философии: С. Кьеркегор, Ф. Ницше, М. Хайдеггер, М. Пруст, Ф. Кафка. — М.: Ad Marginem, 1995. — 427 с.; Корнієнко В. О., Денисюк С. Г., Шиян А. А. Моделирование процессов у политико-коммуникативном просторе: Монографія. — Вінниця: ВНТУ, 2009. — 206 с.

століттями, а інші, наприклад прогнози погоди на завтра, післязавтра, нікого не цікавлять.

Вивчати соціальну комунікацію як рух сенсів у соціальному просторі й часі — це означає вивчати, як знання, уміння, емоції, стимули доходять до людини і розуміються нею, а також як довго ці сенси зберігають свою цінність для суспільства. У різних культурних типах діють свої особливі набори інститутів і механізмів комунікації як виду спілкування. І в цій ролі комунікація є нейтральною, їй байдуже, що саме закріплювати і стабілізувати.

Для позначення всієї сукупності масиву знань М. Петров застосовує термін «соціокод», під яким розуміється «основна знакова реалія культури», що утримує в цілісності й розрізненні фрагментований масив знання і що забезпечує інститути спілкування¹. Інакше кажучи, знання — це комунікаційний феномен суспільства, що ускладнюється. За влучним зауваженням відомого російського дослідника М. Копосова, «сказати, що суспільство ускладнилося, можливо, справедливо, але недостатньо: адже і суспільство ХІХ ст. було набагато складніше, ніж його теоретичні моделі. Важливо, що прийшов смак до усвідомлення складності, недовіра до дуже простих пояснень»². Можна припустити, що в сучасному світі бурхливих потоків нових знань, що ускладнюється, необхідними є узагальнення відповідного масиву знання, що ведуть від щодо нерегульованого знання (як «внутрішньо розчленованого цілого»³) до узагальнювального конкретного. Одержане конкретне узагальнення є одночасно методологічною передумовою для початку протилежного процесу, тобто для виявлення в цілому (суспільстві) його елементів, характеру їх відносин з цілим. Значення цього двостороннього процесу в тому, що він є основою аналізу інституційної системи

¹ Петров М. К. Язык, знак, культура. — М.: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1991. — С. 39.

² Копосов Н. Е. Хватит убивать кошек! Критика социальных наук. — М.: Новое литературное обозрение, 2005. — С. 123.

³ Ильенков Э. В. Диалектическая логика: Очерки истории и теории. — 2-е изд., доп. — М.: Политиздат, 1984. — С. 234.

суспільства, її внутрішніх зв'язків, які виступають у концепції, що розробляється, у формі взаємозалежностей між категоріями. Одним з найважливіших елементів інституційної системи є комунікаційний простір.

Проблема інституціоналізації комунікаційного простору є виключно актуальною і складає важливий об'єкт соціально-філософського дослідження. Як зазначено вище, комунікаційний простір є одним з елементів змісту ширшого поняття «соціальний простір», яке репрезентується у соціальній науці й філософії Будь-який комунікаційний акт здійснюється в рамках просторово-часових координат. Всі комунікаційні взаємодії реалізуються в комунікаційному просторі; всі інформаційні процеси в суспільстві позначаються терміном соціальна комунікація.

Кожне суспільство утворює свій комунікаційний простір, агентами якого виступають окремі люди, групи людей і соціальні інститути. Сукупність зв'язків, що виникають між людьми, їх групами, соціальними інститутами, формує комунікаційний простір. Розповсюдження сенсів у комунікаційному просторі означає сприйняття їх людьми, що знаходяться в певних соціальних відносинах з комунікантами. Під комунікаційним простором прийнято розуміти, в найзагальнішому вигляді, систему багатоманітних комунікативних зв'язків, що виникають між різними агентами комунікації¹.

Інституційний підхід у вивченні соціальних явищ пов'язаний з розвитком структурно-функціональної методології. Одним з виразників і основоположників цієї методології був англійський антрополог А. Редкліфф-Браун, який відмовився від розгляду соціальних явищ тільки в тимчасовому їх розвитку і вважав культуру кожного народу системою інститутів (норм, звичаїв, вірувань). «Помилково думати, — писав він, — що ми здатні зрозуміти соціальні інститути, вивчаючи їх ізольовано, не розглядаючи при цьому інші інститути,

¹ Василик М. А. Основы теории коммуникации / М. А. Василик, М. С. Вершинин, В. А. Павлов; под ред. М. А. Василика. — М.: Гардарики, 2005. — С. 29.

з якими співіснують і, можливо, корелюють об'єкти нашого дослідження»¹. Керуючись даною думкою, слід направити весь логічний арсенал своїх методологічних концепцій на вивчення процесів функціонування інститутів, покликаних виконувати необхідні соціальні й культурні функції.

Надалі структурно-функціональний підхід до поняття «соціальний інститут» був реалізований у теорії соціальної дії Т. Парсонса, який будував концептуальну модель суспільства, розуміючи його як систему соціальних відносин і соціальних інститутів. Інституційна структура суспільства, на його думку, — це один з видів «інтеграції» дій індивідів, яка покликана забезпечити соціальний порядок у суспільстві і його стабільність. «Інститути або інституційні схеми в тому сенсі, в якому дане поняття тут вживатиметься, — це головний аспект соціальної структури в найзагальнішому її розумінні. Це нормативні моделі, які визначають, що в даному суспільстві вважається належним, законним або очікуваним у дії або соціальному взаємовідношенні»². У загальній теорії дії соціальні інститути виступають і як особливі ціннісно-нормативні комплекси, регулюючі поведінку індивідів, і як стійкі конфігурації, створюючі статусно-рольову структуру суспільства.

У 1951 р. виходить фундаментальна праця Т. Парсонса «Соціальна система», в якій поєднуються концепти системи й рівноваги з поняттям функції. Результатом роздумів Т. Парсонса стає теоретична метамодель суспільства, що охоплює ту структуру й функції, які він вважає загальними для всіх соціальних систем. За Т. Парсонсом, суспільство як система не може стійко функціонувати, якщо в способі його соціального буття не вирішені певні проблеми. Інваріантний набір функціональних проблем, які повинні бути вирішені для збереження системи, наступний³:

¹ Редкліфф-Браун А. Р. Структура и функция в примитивном обществе. — М.: Восточная литература, 2001. — С. 25.

² Парсонс Т. О структуре социального действия. — М.: Академический проект, 2000. — С. 334.

³ Парсонс Т. О социальных системах. — М.: Академический проект, 2002. — С. 224.

- система повинна уміти пристосуватися до зовнішнього середовища — це проблема адаптації, з якої витікає функція адаптації;
- система повинна уміти досягати тих цілей, які визначаються як наслідок прагнення до адаптації, це проблема отримання від зовнішніх об'єктів за допомогою інструментальних процесів задоволення або консумації. Для її вирішення необхідна функція ціледосягнення;
- для досягнення мети система повинна володіти достатньою внутрішньою єдністю і впорядкованістю — це проблема підтримки консенсусного гармонійного співвідношення між елементами системи і забезпечення її інтеграційної функції;
- внутрішня єдність повинна зберігатися і відтворюватися за допомогою засвоєння елементами (суб'єктами) системи її норм. Дану проблему Т. Парсонс позначає як проблему збереження структури системи і зняття напруг («збереження інтерналізованих та інституціоналізованих нормативних розпоряджень»). Для цього необхідна функція збереження порядку.

Ці чотири основні функції, які одержали назву «схеми AGIL» у теорії соціальної системи, відповідають найважливішим соціальним інститутам, що становлять підсистеми суспільства.

На соціетальному (соціосистемному) рівні функцію адаптації забезпечує економічна підсистема, функцію ціледосягнення — політична, функцію інтеграції — правові інститути і звичаї, традиції, моделі поведінки, функцію збереження порядку — система вірувань, мораль і агенти соціалізації (включаючи сім'ю і інститути освіти).

Т. Парсонс вважає, що в складних системах взаємообмін здійснюється не прямим чином, а через систему проміжних ланок, так званих узагальнених еквівалентів, або символічних посередників. У ряд символічних посередників на соціетальному рівні входить мова, на рівні взаємообміну між організаціями — задоволення, на рівні взаємодії між культурою й соціальною системою — емоції, на рівні самої системи —

гроші, влада, ціннісні конструкти. Домінування масових засобів комунікації об'єктивно пов'язане з тим, що місце людини в комунікативному просторі публічної сфери починають замінювати посередники у формі медіа.

Т. Парсонс вводить в науковий апарат поняття «інституціоналізація», яке одержало подальшу розробку в теоріях суспільства П. Блау, Р. Дарендорфа, П. Бергера, Т. Лукмана, Н. Лумана та ін. П. Штомпка розглядає інституціоналізацію як різновид морфогенезу. На його думку, морфогенез може набувати різних різновидів, залежно від того, яка структура або який аспект структури виявляється об'єктом формуючих впливів дій людей. Ним виділені чотири механізми інституціоналізації: а) експансія структури взаємодій як поява й розповсюдження мережі зіткнень, контактів, зв'язків, залежності між окремими людьми; б) структури інтересів, що формуються як виникнення і поглиблення ієрархії нерівності, привілеїв і дискримінації; в) кристалізація структури ідей, поява й вкорінення стандартних переконань, поглядів, ідей, міфів, стереотипів; г) інституціоналізація нормативної структури, виникнення й закріплення соціальних норм, цінностей, ролей, як механізм, який краще всього досліджений соціологами¹.

У цілому, сучасна соціальна наука розглядає інституціоналізацію як історичний процес виникнення, закріплення й зміни соціальної реальності. Динаміку цього процесу складає низка стадій становлення й закріплення інституційної структури суспільства: об'єктивування, генералізація й інтеграція. Перша стадія — об'єктивування — передбачає виникнення і стабілізацію ціннісно-нормативного комплексу, що забезпечує функціонування системи соціальної взаємодії. Генералізація означає виведення ціннісно-нормативного комплексу за межі контексту безпосередньої взаємодії. Саме на цій стадії поступово оформляється інституційна структура суспільних підсистем, викристалізуються ціннісно-нормативні

¹ Штомпка П. Социология. Анализ современного общества; пер. с польск. С. М. Червонной. — М.: Логос, 2005. — С. 438–439.

підстави суспільного консенсусу (інститути). Третя стадія — інтеграція — означає формування соціальної рефлексії про зміни в інституційних підставах суспільства¹. Отже, можна дійти висновку, що інституціоналізація — це процес, що виникає тоді, коли певна потреба починає усвідомлюватися як загальносоціальна, а не приватна, і для її реалізації в суспільстві встановлюються особливі норми поведінки, готуються кадри, виділяються ресурси.

Інституціоналізація комунікацій — це історичний процес еволюції засобів інформації як соціетальної підсистеми суспільства. У своєму розвитку засоби комунікації проходить ті ж стадії інституціоналізації, які характерні для суспільства в цілому. Динаміка її розвитку, як і всіх підсистем суспільства, задається стадіями процесу її інституціоналізації — об'єктивуванням, генералізацією й рефлексією щодо вже встановлених підстав сенсу (інститутів).

Глумачення інституціоналізації комунікацій як процесу означає вицнення і начал, напрямів і трансформацій. У зв'язку з цим важливо мати на увазі, що комунікація у всій своїй повноті диференціюється в соціетальну підсистему тільки в сучасних суспільствах, для соціокультурної еволюції яких характерний індустріальний і постіндустріальний стан.

Відомий вітчизняний дослідник В. Кемкін запропонував схему структуризації процесу розвитку і зміни систем за допомогою введення в методологічний вжиток категорій «стан», «перехідний стан» як його варіант, і «зв'язок станів» для виявлення тенденцій розвитку. Системне дослідження об'єктів (як складних, так і відносно простих) виступає в даний час як

¹ Див., наприклад: Постмодерністські пошуки соціології / Богомаз К. Ю., Конох М. С., Волохіна О. О. та ін.: Монографія / К. Ю. Богомаз (ред.). — Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2009. — 181 с.; Основи візуальної аналітики та соціології візуального символізму в міжкультурних комунікаціях: прикладний аспект: Монографія / Огаренко Т. О., Романенко Ю. В., Яковенко А. К. — К.: ДУІКТ, 2009. — 275 с.; Філософія і соціологія в контексті сучасної культури: Зб. наук. праць / П. І. Гнатенко (відп. ред.). — Д.: Пороги, 2009. — 235 с.

найважливіша вимога наукової методології. В. Кемкін свого часу зазначав, що «не слід ототожнювати цей підхід з несистемним розглядом об'єкта, що є системою»¹. Зауваження такого роду є цілком прийнятним і для аналізу інституціоналізації комунікацій. Інституціоналізація як процес формування різних типів соціальної діяльності пов'язана з виникненням певних суспільних потреб і розвитком певних структур, а також соціальних норм і регулятивів поведінки. В процесі інституціоналізації відбувається зміна конфігурації соціального простору. Контури комунікаційного простору також багато в чому визначаються характером інших соціальних інститутів кожного суспільства.

Соціальний інститут, це «перш за все певна ціннісно-нормативна структура суспільства, або сталий комплекс цінностей (принципи, норми, установки, встановлення), що структурують і конституують різноманітні сфери людської діяльності з позицій ролей, статусів. По-друге, це — суспільні системи; тобто, цілком конкретні соціальні спільноти (модуси, прошарки, організації, групи). Обидва аспекти поняття, звичайно, зв'язані: цінності є інституційно втіленими (об'єктивованими, екстерналізованими); інститути є ціннісно організованими (законодоцільними, інтерналізованими через мотиваційно-вольовий пласт їх представників). Природною передумовою соціальних інститутів виступає інтеграція, на основі стандартів, регулятивів (нормативний порядок соціуму) що зв'язує різноманітні суспільні частини в єдине ціле (соціальні системи)»².

Інституційний аспект функціонування засобів комунікацій, масмедіа є традиційною сферою інтересів соціокультурного дослідження. Він пов'язаний з уявленнями про соціальні інститути, що одержали розвиток у творчості О. Конта, Г. Спенсера, Е. Дюркгейма, М. Вебера та інших відомих до-

¹ Кемкин В. И. Категория «состояние» в научном познании. — М.: Высшая школа, 1983. — С. 64.

² Макросоциология / Ильин В. В., Кевбрин Б. Ф., Писачкин В. А. — Саранск: Тип. «Красный Октябрь», 2004. — С. 202.

слідників. Інституційний підхід О. Конта до вивчення соціальних явищ витікає з філософії позитивного методу, коли одним з об'єктів аналізу виступає механізм забезпечення в суспільстві солідарності й згоди. «Для нової філософії порядок завжди складає умову прогресу і назад, прогрес є необхідною метою порядку»¹.

Найбільш широким поняттям, яке охоплює різні явища, що відносяться до сфери обміну інформацією між людьми, є «соціальні комунікації». Їх виділяють серед ширшого класу взаємодій — комунікацій в цілому. Ці взаємодії можуть бути рухом матеріальних об'єктів у тривимірному геометричному просторі і в астрономічному часі або русі ідеальних об'єктів (сенсів, образів) в багатовимірних умоглядних (віртуальних) просторах і часах.

З позиції інституційного підходу соціальні інститути припускають свідомо регульовану й організовану форму діяльності маси людей, відтворення найбільш стійких і повторюваних зразків поведінки, звичок, традицій, що передаються з покоління в покоління. Кожен соціальний інститут, що входить у певну соціальну структуру, організовується для виконання тих або інших суспільно значущих цілей і функцій². В інституціоналізмі соціальна поведінка людей вивчається в тісному зв'язку з існуючою системою соціальних нормативних актів і інститутів, необхідність виникнення яких прирівнена до природно-історичної закономірності.

Дж. Мід, найбільший представник символічного інтеракціонізму, висуває низку положень про соціальні інститути. Він визначав інститут як «колективний відгук співтовариства» або «життєві звичаї співтовариства». На його думку, ціле співтовариство в певних обставинах діє по відношенню до індивіда однаково чинно. За цих умов з боку цілого спів-

¹ *Конт О.* Дух позитивной философии // Западно-европейская социология XIX века: Тексты. — М.: Издание международного Университета Бизнеса и Управления, 1996. — С. 51.

² *Институциональная социология // Современная западная социология. Словарь.* — М.: Издательство политической литературы, 1990. — С. 118.

товариства спостерігається ідентичний відгук. Мід називає це формуванням інститутів. Так, виховання — це процес «інтерналізації» актором колективних звичаїв співтовариства (інституту). Цей процес має істотне значення, оскільки, люди повинні засвоїти колективні установки співтовариства¹. Одночасно Мід уточнює, що інститути не обов'язково руйнують індивідуальність або стримують творчість. На його думку, інститути тільки в найширшому і загальному сенсі повинні визначати, як слід діяти людям, і повинні залишати багато простору для індивідуальності й креативності. Тут Мід, за оцінкою Дж. Рітцера, демонструє «дуже сучасну концепцію соціальних інститутів, які одночасно примушують індивідів і дозволяють їм бути індивідами креативними»².

Розвиток ідей інституційного підходу у соціальному пізнанні пов'язаний з класичною теорією систем (Вінер, фон Берталанді, Форрестер та ін.). У динамічній теорії систем, що описує зміну систем в часі, є два основні способи опису: внутрішній і зовнішній. При зовнішньому описі система розглядається як «чорний ящик» і її дослідження здійснюється в термінах «входів» і «виходів». За оцінкою Н. Лумана, «дана теорія принципово базувалася на понятті трансферу або потоку, а системи розумілися як його регуляції. Це відносилося до всіх типів трансферу — до біологічних і економічних систем свідомості й машин, що робило можливим їх порівняння»³. Відносини навколишнього світу зображалися або за допомогою моделі введення/висновку, або за допомогою кругового зворотного зв'язку, і при цьому завжди малося на увазі, що завдяки регулюванню система контролює цей процес або навіть породжує його. Внутрішній опис, або, як його ще називають, класична теорія систем, «представляє систему

¹ *Мид Дж.* Азия // Американская социологическая мысль: Тексты. — М.: Издание Международного Университета Бизнеса и Управления, 1996. — С. 227.

² *Ритцер Дж.* Современные социологические теории. 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — С. 258.

³ *Луман Н.* Общество как социальная система; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. — М.: Логос, 2004. — С. 109.

через безліч параметрів, що іменуються змінними станами. Причому формально внутрішній і зовнішній описи зв'язані як дві «мови», призначені кожна для своєї мети»¹.

Сказане підводить до проблеми, що акцентується на полюсах дуальної опозиції «функціональність — дисфункціональність» інститутів комунікаційного простору, їх внеску у стабілізацію або дестабілізацію суспільства.

Комунікаційний простір інституційно структурований, він включає інститути суспільства, які використовують технології копіювання для розповсюдження текстів комунікації. Без підтримки стійкого обміну інформацією між індивідами й соціальними групами неможливо собі уявити існування суспільства як цілого.

Інституційний підхід у соціальному й гуманітарному знанні служить важливим методологічним засобом всебічного дослідження соціальних явищ. Як уже зазначалося, комунікація, соціальна комунікація, масова комунікація, засоби масової комунікації утворюють цілий ряд найважливіших соціальних інститутів комунікаційного простору сучасного суспільства і служать предметом інституційного аналізу. У сучасному суспільстві ці інститути виконують важливі соціальні функції і мають складну структуру, типологізація якої дозволяє виділити безліч ознак. Як основоположні соціальні функції можна виділити наступні.

Інформаційна функція полягає у наданні масовому читачу, слухачу й глядачу актуальної інформації про самі різні сфери діяльності: ділову, науково-технічну, політичну, юридичну, медичну і т. п. Одержуючи великий обсяг інформації, люди не тільки розширюють свої пізнавальні можливості, але й збільшують свій творчий потенціал. Знання інформації дозволяє прогнозувати свої дії, економить час, помітно підсилює мотивацію до сумісних дій. У цьому сенсі дана функція сприяє оптимізації корисної діяльності суспільства та індивіда.

¹ Кемкин В. И. Категория «состояние» в научном познании. — М.: Высшая школа, 1983. — С. 65.

Регулююча функція має широкий діапазон впливу на масову аудиторію, починаючи зі встановлення контактів і закінчуючи контролем над суспільством. У вказаній функції масова комунікація впливає на формування суспільної свідомості групи і особи, громадської думки і створення соціальних стереотипів. Тут також криються можливості маніпулювати й управляти суспільною свідомістю, фактично здійснювати функцію соціального контролю. За певних умов ця функція служить цілям «промивання мізків».

Одержувач інформації має можливість порівнювати різні соціальні ситуації, які коментуються ЗМК або з позитивною, або з негативною оцінкою. Люди, як правило, приймають ті соціальні норми поведінки, етичні вимоги, естетичні принципи, які переконливо пропагуються ЗМК як позитивний стереотип способу життя, стилю одягу, форми спілкування тощо. Так відбувається соціалізація індивіда відповідно до норм, бажаних для суспільства в даний історичний період.

Стабілізуюча функція полягає в стимулюванні стійкого, збалансованого і ефективного функціонування всіх сфер суспільства шляхом напряму діяльності індивідів, організацій і груп в русло загальнонаціональних інтересів.

Культурологічна функція виконує не тільки своє основне пізнавальне завдання — ознайомлення з досягненнями культури і мистецтва. Вона сприяє усвідомленню суспільством необхідності спадкоємності культури, збереження культурних традицій. За допомогою ЗМК люди знайомляться з особливостями різних культур і субкультур. Це розвиває естетичний смак, сприяє взаєморозумінню, зняттю соціальної напруженості, і кінець кінцем — інтеграції суспільства. З даною функцією пов'язане поняття масової культури. Відношення до масової культури в плані її соціальної цінності є неоднозначним. З одного боку, прагнення познайомити широкі маси з досягненнями світового мистецтва, новими напрямками і тенденціями — безперечна заслуга ЗМК; з іншого боку, ЗМК відкривають простір для застосування маніпулятивних практик.

У принципі, інститути комунікаційного простору реалізують самі багатоманітні функції, зокрема освіти й соціалі-

зації, реклами, розваг, наукової й культурної просвіти і т. д.¹. Вони здійснюють вплив майже на всі сфери та інші інститути суспільства, включаючи політику, освіту, релігію і т. д. За допомогою ЗМК формується, розповсюджується і зберігається масова культура в різних її варіантах, вони відіграють важливу роль у формуванні, функціонуванні й еволюції суспільної свідомості.

Крім того, до функцій інститутів комунікаційного простору відноситься підтримка в соціумі властивостей «дратівливості» й «збудливості». Це процес формування «збудження» за допомогою інформації, прив'язаної до конкретного моменту. Із збудженням пов'язана пам'ять (забезпечення пізнання і збереження балансу), як здатність «генерування» реальності. Наприклад, ЗМК формують стан тривожності, який запобігає можливим загрозам. В цілому, ЗМК є засобом забезпечення спадкоємності через додання нової комунікації до результатів комунікації тієї, що вже відбулася. Отже, можна стверджувати, що інститути комунікаційного простору в сучасному суспільстві проводять якісь «скріплення» як стабільні, когнітивні і оціночні координати, необхідні для здійснення нових операцій. Вони захоплюють такі теми, які дозволяють охоплювати різні частини, суспільства, його соціальні інститути.

Разом з тим, головними і системотворчими структурними компонентами комунікаційного простору є людина і система комунікаційних відносин, в які вона вступає. Тим самим, в рамках даної монографії стає важливим розширити структуру комунікаційного простору за рахунок введення наступного компоненту — категорії комунікаційних відносин. Під комунікаційними відносинами розумітимуться відносини, що складаються між суб'єктами при передачі ними один одному відповідних текстів. Аналіз різних комунікаційних

¹ Див., наприклад: *Ершова И. В.* Феномен глобализации и интеграции в контексте Болонского процесса: Монография. — Архангельск: Поморский ун-т, 2011. — 141 с.; *Современное искусство в контексте глобализации: наука, образование, художественный рынок: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, 4 февраля 2011 года /* Науч. ред.: А. В. Карпов. — СПб.: СПбГУП, 2011. — 233 с.

процесів, що відбуваються в соціумі, дозволяє запропонувати деяку класифікацію комунікаційних відносин. Виходячи з дихотомічного підходу, систему комунікаційних відносин людини можна розділити на дві основні групи:

- 1) відносини з потенційним комунікаційним продуктом, що включає, з одного боку, суб'єкт-об'єктні відносини, а з іншого — суб'єкт-суб'єктні зв'язки і реконструкцію особових знань (внутрішньоособові комунікаційні перетворення) «для себе»;
- 2) відносини з актуальним комунікаційним продуктом, які об'єктивувалися за допомогою матеріальних носіїв знаннями і даними, з подальшим творчим переосмисленням на рівні індивідуальної свідомості.

Кожна людина в тій чи іншій мірі вступає у ці відносини, які за природою є суб'єктивними, оскільки існують лише постільки, поскільки існує сама людина. Результатом же цих відносин виступає реальний комунікаційний продукт, здатний приймати не тільки суб'єктивні, але й об'єктивні форми буття. Цей продукт має знаннєву суть, оскільки у своєму суб'єктивному вираженні це безпосередньо особові знання суб'єкта, в об'єктивному вираженні — знання, опосередковані мовним формалізмом і зафіксовані на різних матеріальних носіях.

В результаті, комунікаційний простір інтегрує не тільки різні види діяльності, пов'язані з менеджментом публіцитного капіталу і виробництвом ефективних публічних дискурсів, але й сукупність різних типів суб'єктів, які мають пряме або опосередковане відношення до цих видів діяльності в даний момент часу в конкретному суспільстві. У такій сфері існує, точніше, здатний існувати, інститут ЗМК.

Відповідно до загального розуміння соціальних інститутів, під інститутом ЗМК ми розумітимемо функціонуючу в соціумі стійку, нормативно закріплену сукупність ролей і статусів, призначену для вирішення суспільно необхідного завдання — забезпечення ефективних публічних комунікацій соціальних суб'єктів, направлених на оптимізацію відносин з громадськістю. Проте, якщо виходити з комплексного

трактування поняття соціального інституту в рамках системно структурної парадигми, інститути комунікації — це особлива форма соціальної організації, спосіб соціального закріплення специфічних видів діяльності, пов'язаних з виконанням суспільно необхідного завдання — оптимізації взаємодії соціальних суб'єктів (індивідів, спільнот, соціальних організацій і соціальних інститутів) з їх громадськістю.

Основна мета цих інститутів — обслуговування суспільної потреби, пов'язаної із забезпеченням ефективного партнерського публічного дискурсу для всієї безлічі соціальних суб'єктів, представлених в соціумі, і для кожного з них окремо, якщо вони бажають збільшити свій публіцитний капітал легальними, конвенціальними й легітимними засобами.

У даному контексті вважаємо за доцільне більш детально проаналізувати з сучасних філософських позицій світоглядний сенс інституту ЗМК.

Враховуючи особливу роль телекомунікацій, інформаційних технологій в умовах глобалізації¹ звернемося до розгляду нових складових масової культури. Сучасний етап розвитку культури одержує назву постіндустріальної або постмодерної культури, головними характерними рисами якої є орієнтація на споживання, іронізацію над художньою традицією минулих культур, стильовий плюралізм. Світ увійшов до якісно нової історичної епохи — епохи глобалізму, коли традиційні способи виробництва, споживання й обміну незворотно змінилися. «Це світ ефемерності, стрімкого розповсюдження, фрагментарності, галюцинацій і одночасно хаосу. Цей час, коли людина слухає реггі, дивиться вестерн, їсть на ланч гамбургер, на обід блюдо якої-небудь національної кухні, в Токіо користується французькими духами, а в Гонконзі носить одяг в стилі ретро»².

¹ Немькина О. И. Глобализация виртуальной реальности и информационная безопасность: Автореферат дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. — Саранск, 2011. — 20 с.

² Психология потребителя в маркетинге / Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. [Под ред. И. В. Андреевой]. — СПб.: Питер, 2001. — С. 172.

Х. Ортега-і-Гассет відзначав: «...наша епоха прекрасна, рясна, перевершує все відоме нам в історії. Але саме завдяки своєму розмаху вона перевернула всі застави — принципи, норми й ідеали, встановлені традицією. Наше життя — живіше, напруженіше, насиченіше, аніж усі попередні, і тим самим проблематичніше. Воно не може орієнтуватися на минуле, а повинне створити собі власну долю»¹.

Багато вчених вважають, що розвиток техніки призводить до переродження людини, яка стає як би додатком машини. Вже не людина, а техніка визначає характер розвитку соціуму, зміст культури. К. Ясперс відзначав, що «техніка радикально змінила повсякденне життя людини в навколишньому середовищі, насильницьки перемістила трудовий процес і суспільство в іншу сферу, у сферу масового виробництва, перетворила все існування на дію якогось технічного механізму, всю планету в єдину фабрику;... відбувається... повний відрив людини від його ґрунту»². Людина знаходиться під впливом створеної ним техніки, не помітивши, коли і як вона потрапила під її владу. Вся соціокультурна динаміка носить на собі відбиток впливу технізації суспільства й свідомості людини.

На думку Ж. Еллюля, технічний прогрес породив пануючий у суспільстві абсурд, який пов'язаний і з виробництвом, і зі споживанням матеріальних благ, і з буттям особи, де все зводиться до споживання всіляких надмірностей. «Збільшується число об'єктів, які дозволяють бавитися, відпочивати, посередньо дивуватися. Ми продукуємо надлишок, який додається до благ, що вже є зайвими. Людина нашого суспільства перетворилася на людину, зачаровану різноманітністю картинок, інтенсивністю шумів, дисперсією інформації... Людина захоплена всесвітом випадкових і масово нав'язуваних

¹ Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация общества. — М.: Радуга, 1991. — С. 59.

² Ясперс К. Истоки истории и ее цель. Современная техника // Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П. С. Гуревича. — М.: Прогресс, 1986. — С. 36.

можливостей»¹. Саме технічні засоби масової комунікації «служать масі й натовпу і нав'язують свідомість певного конгломерату індивідів»².

Проте, навряд чи беззастережно можна погодитися з цією точкою зору (про негативний вплив техніки). Очевидно, що з розвитком техніки, зростанням рівня засобів масової комунікації збільшується залежність способів створення культурних зразків і їх розповсюдження від технічних засобів. Культура за допомогою Інтернету, кіно, відео, сучасної поліграфії тощо перетворилася на культуру для мільярдів людей.

XX ст. породило не просто мас-медіа, не тільки розвинуло засоби масової інформації (ЗМІ), створивши їх нові види й жанри, але і викликало до життя принципово нову форму глобального масштабу, що увібрала в себе у тому числі й засоби масової інформації. Йдеться про масову комунікацію, яку як «індустрію культури» проаналізував Т. Адорно³. Феномен масової культури безпосередньо залежить від інтенсивного розвитку ЗМК. З одного боку, філософи розглядали масову комунікацію як форму щоденної, постійної деградації духовного життя суспільства до виникнення усередненого загального рівня, у тому числі й художніх переваг. З іншого — вони розглядали масову комунікацію як необхідну умову для організації й управління сучасного ринкового суспільства.

Зв'язок масової культури із ЗМК є таким очевидним, що обширне поле значень, які вкладають автори в термін «масова культура», пов'язано з тезою французького соціолога Ж. Фрідмана про масову культуру як продукт масової комунікації, де під масовою культурою розуміється сукупність культурних цінностей, відданих у розпорядження публіки завдяки ЗМК в рамках технічної цивілізації⁴. Більше того, деякі дослідни-

¹ *Эллюль Ж.* Технологический блеф // *Философские науки*. — 1991. — № 9. — С. 25.

² Там само.

³ *Адорно Т.* О технике и гуманизме // *Философия техники в ФРГ*. — М., 1989. — С. 367–370.

⁴ *Fridmann G.* Enseignement et culture de mass // *Communications*. — Paris, 1962. — № 1. — 123 p.

ки прямо ототожнюють масову культуру зі ЗМІ¹, вбачаючи в ній безпосереднє їх породження і стверджуючи, що сам за-сіб повідомлення здійснює вплив на характер і зміст переданої інформації.

Особливий статус інформації визначається її функцією в механізмах культурної творчості, де відчужене від індивідуального носія знання перетворюється на інформацію, усупільнену в системі комунікації, а якість соціалізації визначається саме кількістю одержуваної інформації. На думку дослідників, картина світу сучасної людини складається із знань, отриманих за допомогою власного досвіду, лише на 10–15%². Основним же каналом отримання інформації, способом залучення до світу і його подій, посередником у формуванні культури, а також найважливішим чинником, що трансформує всю систему духовного виробництва, є саме ЗМК, що творять якийсь інформаційний моносвіт, особливу «інфосферу», яка володіє рисами глобальності, як принципово нове середовище існування сучасної людини. Її відмітними особливостями стають універсальність і тотальність розповсюдження.

Сучасна культура трансформувалася з культури книги в культуру екрану, що найбезпосереднішим чином відобразилося на особливостях мислення, де свідомість стала спиратися на емоційне, а не інтелектуальне усвідомлення ідеї. Зоровий емоційний образ, картинка, кліше схоплюється свідомістю швидше й легше, цей процес не вимагає інтелектуальної напруги, саме тому телевізійні образи й іміджі політиків, представлені у форматі екрану, знаходять особливу повноту впливу на масову свідомість і можливість маніпулювання

¹ Див., наприклад: *История и культура: сборник статей / ред. Булавкин К. В.* — Орехово-Зуево: МГОГИ, 2011. — 239 с.; *Виходець О. М.* Соціальні комунікації в культурі української організації: Монографія. — О.: Олтех, 2010. — 285 с.; *Оленіна О.* Трансформації мистецтва в комунікативній культурі соціуму: Монографія. — Х.: [б. в.], 2010. — 256 с.

² *Теплиць К. Т.* Все для всех: массовая культура и современный человек: [Перевод]. — М.: ИНИОН, 1996. — 123 с.; *Ермалавичюс Ю. Ю.* На смене эпох. Современные особенности исторического развития человечества. — 2-е изд., доп. — М.: Правда народов содружества, 2002. — 146 с.

нею, саме телевізійна картинка «ефективніша у своєму руйнівному впливі на здатність думки, тобто на здатність людини самостійно мислити»¹.

На місце епістолярному жанру, що практично пішов у небуття, прийшов Інтернет, електронна пошта, не говорячи вже про телефон, без якого сучасна людина себе погано уявляє. Бесіди й дискусії в колі сім'ї та друзів замінюються спільним переглядом фільмів, телепрограм, знижується інтерес до традиційних видів мистецтва. Електронні засоби трансформували не тільки професійну, але й докорінним чином змінили дозвільну діяльність. Немає необхідності не тільки відвідувати театри, концерти, виставки, оскільки все це легко відтворити, звернувшись до технічних засобів. Звернення до книги, як класичного джерела інформації, що є самою по собі вираженням культури свого часу, стає все більш рідкісним. На місце книжкових сторінок пришли комп'ютерні мережі, що дозволяють не виходячи з будинку побувати у бібліотечних фондах тощо.

Але ЗМК — це лише спосіб розповсюдження інформації, а характер, спрямованість, цінності, що передаються ними, багато в чому залежать від колективного комунікатора, що створює культуру. ЗМК можуть зробити надбанням мільйонів, наприклад, як концерт оперних майстрів, так і сцени жорсткості й насильства. Так постає питання про моральну відповідальність тієї нечисленної групи творців зразків культури за її якість і вплив на майбутнє. Т. Адорно вважає, що користь або шкода техніки залежить від того, як вона використовується суспільством: «У суспільстві, влаштованому відповідно людській гідності, техніка не тільки була б звільняючим чинником, але і знайшла б сама себе»². А на думку Д. Несбітта, взаємовідношення людини і техніки виглядають цілком оптимістично: «Комп'ютери, супутниковий телефонний зв'язок,

¹ Межуев М. Феномен книги и национальное в культуре // Общество и книга: от Гуттенберга до Интернета. — М.: Традиция, 2001. — С. 8.

² Адорно Т. О технике и гуманизме // Философия техники в ФРГ. — М., 1989. — С. 369.

факси наділяють людину владою, а не пригноблюють її, як цього боялися раніше»¹.

Серед мас-медійних та іміджевих технологій, що бурхливо розвиваються в останні десятиліття, особливе місце займає телебачення. Зі всіх інформаційних технологій, воно, мабуть, якнайповніше і яскраво передає атмосферу сучасної масової культури.

Слід зазначити, що теоретичний аналіз телебачення був здійснений Маклюеном в 60-х роках, коли повною мірою не були задіяні його технологічні можливості, зважаючи на що багато з висловів американського соціолога носили характер техно-пророцтв. Проте, для нас украй важливо запропоноване ним розуміння телебачення в єдності його фізичних, фізіологічних, психологічних і соціокультурних компонентів, оскільки саме в такому контексті може бути осмислений образ провідної іміджевої технології, «електронного стиліста» постмодерного суспільства.

Телебаченню властива фрагментарність, яка конкретизується в чотирьох проявах: мозаїчність, серійність, інтертекстуальність і плюралістичність. Розглянемо їх докладніше.

Мозаїчність — невід'ємний спосіб конструювання, як телепрограм, так і самого телезображення². Вже структура телепрограми, складеної з різнорідних зі всієї тематики, якості і тривалості передач, свідчить про її роздроблений характер. У телебаченні, починаючи з 70-х років, на передній план виходять мозаїчність і колаж в різних своїх іпостасях, будь то фрагментарність як прийом, «недбала» архітектоніка, різкі стики метафори й документа, або зміщення жанрів, тональності і т. д. Сама технологія TV-картинки визначає її мозаїчний, фрагментарний характер, адже остання не представляє

¹ Нэсбитт Д. Что нас ждет в 90-е годы: Мегатенденции. Год 2000: Десять новых направлений на 90-е гг.: [Пер. с англ.; предисл. И. Т. Фролова]. — М.: Республика, 1992. — С. 348 с.

² Гегелова Н. С. Культурная миссия телевидения. — М.: РУДН, 2011. — 263 с.; Андриющенко М. Ю. Іміджеві імперативи українського телебачення: монографія. — К.: Щек, 2008. — 216 с.; Горпенко В. Г. Монтаж: Кіно. Телебачення. — К.: КиМУ, 2004. — 272 с.

єдиного цілого, а складається з багатьох точок, що світяться. Тобто телебачення уявляється особливою мовою декодованих потоків, у якій серед мозаїчних фрагментів зникає будь-яка привілейована субстанція, адже в основі будь-якого телевізійного образу лежить точка — вкрай абстрактний і ідеальний за своєю суттю об'єкт, для якого чужа будь-яка оформленість і завершеність. Звичайно, можна заперечити, що нам, телеглядачам, немає особливої справи до якихось точок, тим більше яких ми й не помічаємо, не кажучи вже про їх «магічну» дію. Але телебачення через інформаційну невідзначеність своїх образів латентно залучає до сприйняття всі органи чуття: розщеплена картинка «добудовується» за допомогою відчутних звуків, особливості зору сполучають точки, що світяться, в цілісні об'єкти, а уява завершує процес створення цілісного враження реальності того, що відбувається. Але при цьому роздроблена суть телесигналу не міняється. Приховано вона вливається в наше несвідоме, і в поєднанні з феєричною еkleктикою самих передаваних «мозаїчним способом» повідомлень, сприяє формуванню відповідного образу світу — фрагментованої реальності масової культури.

Серійність — специфічний спосіб вибудовування телевізійного простору, а вслід за ним і простору та часу телеглядача. Якщо сама по собі мозаїчна телевізійна картинка є двомірною, то серійність додає їй в якомусь сенсі третій вимір, виступаючи як вісь, на яку подібно до бісеру нанизуються осколки телепрограм. Розділені певними відрізками часу серійні програми (до останніх ми відносимо не тільки серіали, але і будь-які програми, що періодично повторюються, будь то новини, музичні шоу, політичні огляди і т. д.) особливим чином структурують життя телеглядача. Циклічність передач, що цікавлять нас, кінець кінцем, починає визначати розпорядок життя: ми прагнемо встигнути додому до початку улюбленого серіалу, як запрограмовані включаємо випуски новин у визначений час (залежно від вибраного каналу-схеми), укладаємося спати, коли закінчується віщання. Для нас входить у звичку бачити в певний час певні передачі. Так непомітно, але незворотно, TV-медію вріваються в наше життя

і фрагментують його плавну течію на відрізки від однієї серії до іншої. Але це лише один аспект серійної суті телебачення, пов'язаний з його індивідуальним впливом. Існує інший бік, у якому фіксується соціальна дія. Серійні передачі залучають до свого обороту певні групи населення, створюючи певного роду соціальні спільноти, те, що прийнято називати аудиторіями. Люди, реально не покидаючи крісла біля свого телевізора, віртуально об'єднуються з такими ж як вони «фанатами» серіалу, тим самим суспільство розпадається на аудиторії, якусь «серійну єдність». Таке об'єднання — не що інше як «помилкова соціальність», незважаючи на свою обширність.

Інтертекстуальність. Поняття інтертекстуальності має ряд значень. У вузькому сенсі воно означає включення одного тексту в інший, але в практиці постмодернізму цей термін одержав більш просторове тлумачення. Інтертекстуальність у широкому сенсі, означає розмиття меж тексту, внаслідок чого він позбавляється закінченості й закритості, стає внутрішньо неоднорідним і множинним. Тобто інтертекст — це більше аніж сума текстів — це культурно-історичні коди, способи передачі й сприйняття текстів, причому як вербального, так і невербального плану. Саме в такому розумінні ми хочемо застосувати категорію «інтертекстуальність» для аналізу телебачення. Як і будь-який засіб передачі інформації воно працює з текстами, але останні передаються вже не стільки словесно, скільки за допомогою образів. Саме ця обставина дозволила М. Маклюєну в книзі «Галактика Гуттенберга» (1962) проголосити, що на зміну лінійному способу мислення, усталеному після винаходу друкарського верстата, приходять глобальніше сприйняття через образи телебачення й інші електронні медіуми¹. Таким чином, інтертекстуальність телебачення полягає в тому, що воно генерує не лінійно-вербальні тексти, а аудіо-візуальні знаки, які теж суть тексти, але

¹ Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего / И. О. Тюрина (пер.). — М.: Академический Проект; Фонд «Мир», 2005. — 495 с.

вже сприймані особливим чином. Виникає особливий спосіб структуризації дійсності, який визначається як телевізійне мислення. Останнє і є не що інше, як інтертекстуальність, специфіку якої зумовлює конструкція телевізійного знаку. Як і всі інформаційні технології кінця ХХ — початку ХХІ століття телебачення за своєю суттю є симулякром.

У телевізійній симуляції слід зазначити один важливий момент, що полягає в особливостях сприйняття людиною візуального образу — він стає чимось непомірно більшим, аніж сама його суть. Як відзначив У. Еко, в образів є «платонічна сила», вони перетворюють приватні ідеї в загальні, і тому за допомогою візуальних комунікацій легше проводити стратегію переконання, сумнівну в іншому випадку¹. Наприклад, можна довго чути повідомлення про геноцид і залишатися до цього індіферентними, та варто побачити на екрані документальні кадри, підтверджуючі описувані події — і відношення до них докорінно змінюється, оскільки ми певною мірою стаємо свідками, очевидцями події. І, в той же час, показані кадри можуть виявитися сфабрикованими, або ж фіксувати одиничний випадок, що не має сили загальної тенденції. Але, як би там не було, одержуючи готовий образ, та ще й у певному смисловому контексті, ми починаємо вірити в реальність того, що відбувається, причому одинична подія за допомогою картинки може видатися за загальнозначуще, точніше за симулякр загальнозначущого. Така ще одна сторона телебачення, що показує, як легко за допомогою нехитрих маніпуляцій з TV-образами продукувати ту або іншу зовнішність дійсності, «спокусивши» нею свідомість некритично налаштованої аудиторії.

Плюралістичність. На відміну від розглянутих вище характеристик, плюралістичність, зрозуміло, не можна вважати однозначно іманентною телебаченню. Якщо через свою технологічну особливість, специфіку створюваних образів TV завжди буде фрагментарним, інтертекстуальним і симулятив-

¹ Еко У. От интернета к Гуттенбергу // Чтение с листа, с экрана и «на слух»: опыт России и других стран. — М.: РШБА, 2009. — С. 70–79.

ним, то його плюралістичність визначається залежно від тих завдань, які ставляться перед ним і від тих способів, якими воно їх досягає.

Плюралізм — фундаментальний принцип світогляду епохи постмодерну і телебачення, хронологічно включене в її рамки, не може не відповідати вимогам часу. В усякому разі, в нинішньому суспільстві в наявності переважання тенденцій зі збільшення числа телеканалів, багато з яких дають можливість ознайомитися з різними підходами, оцінками, позиціями у тому чи іншому питанні. Таким чином, телебачення активно розвивається у напрямі різноманітності в асортименті пропонувананих послуг.

Завершуючи огляд телебачення, яке розумілося як стиль і образ епохи, відзначимо, що ми у жодному випадку не намагаємось представити TV як ерзац сьогоденної культури. Зважаючи на обмеженість обсягу статті, тут зроблена спроба уникнути широкого залучення конкретних прикладів і головним чином зосередитись на теоретичних аспектах. Телебачення на сьогодні є найдемократичнішим засобом комунікації, воно є практично в кожному будинку. Тому досить натиснути кнопку включення, щоб на підтвердження наведеним доводам побачити як в «чорній дірці» екрану розчиняється одна реальність і одночасно народжується інша, що є мозаїчним сплетінням різних текстів, образів, емоцій, покликання якої — не відображати, а лише показувати, і у фантазмах якої ми все-таки знаходимо щось для себе привабливе.

З появою й еволюцією ЗМК структура культури зазнає глибоких змін. З точки зору А. Моля, цілісна система знань повинна бути замінена набором сьогохвилинних установок, що розподіляються через ЗМІ¹. Масова культура інформаційного суспільства все більше ґрунтується на продуктах технологічного розвитку. А інформаційне суспільство у свою чергу вимагає постійного вдосконалення інформаційної техніки й технологій, що приводить до якісно інших способів передачі інформації. Відбувається як інтеграція національних

¹ Моль А. Социодинамика культуры. — М.: Прогресс, 1973. — 406 с.

інформаційних просторів у єдиний інформаційний простір, так і інтеграція культури. Дані процеси стали можливими, зокрема в результаті появи Інтернету, штучно створеної глобальної комунікаційної системи, яка виконує функції передачі, зберігання, систематизації інформації.

В Інтернеті існує своя виробнича й дозвільна складові, тобто те, що може бути використане й використовується на виробництві, на службі (інформаційні бази, передача й зберігання даних тощо) і те, що використовується для заповнення вільного часу (причому і на службі, і вдома). Інтернет створює індустрію культури й дозвілля. Сидячи за монітором комп'ютера можна як спілкуватися із старими друзями й родичами, так і заводити нові знайомства і навіть здійснювати віртуальні шлюбні обряди. Можна подивитися новий фільм, побувати на концерті в режимі реального часу, обговорити цікаві проблеми тощо.

Інтернет, як складна, самоорганізуюча, еволюціонуюча система, породжує новий вид людської діяльності. Цікавими є роздуми А. Геніса на дану тему: «Вищим досягненням демократії називають пульт дистанційного керування, який дозволяє перемикає канали, не встаючи з крісла... на безкрайньому відеополі пустує глядач з пультом в руках. Це називається «зеппінг» — пурхати з каналу на канал, ніде надовго не затримуючись. ... Маніпулюючи перемикачем каналів, людина з обривків і фрагментів збирає сама собі персональну розвагу»¹. Так ми маємо справу з новою культурою, з новим типом людини, що формується, створює й транслює нову культурну практику. Сучасна людина вибудовує кнопковими інтеракціями простір, що стає перед нею, і час, тобто простір і час пов'язуються в цілісність, структуруються через людські комунікації. Інтернет примушує зрозуміти і переосмислити появу нових можливостей для комунікації у вигляді нових швидкостей. Він змінює цілісність світу, вводячи нові просторово-часові порядки.

¹ Геніс А. А. Вавилонская башня: Искусство настоящего времени: Эссе. — М.: Независимая газета, 1997. — С. 88.

Таким чином, можна констатувати появу нового соціокультурного феномена — глобальної мережі Інтернет, який здійснює глибокий вплив на людину і соціокультурну динаміку розвитку сучасного суспільства. Проте Інтернет — явище вкрай неоднозначне за характером своєї дії. Разом з позитивною стороною його функціонування спостерігаються і негативні тенденції, як результат розвитку глобальної мережі. Перш за все, на наш погляд, це пов'язано з відходом від реальності, зануренням у віртуальний світ, що особливо небезпечно відносно дитячої психіки, що формується.

Наступний момент — це доступність величезних масивів всілякої інформації, що призводить до перетворення людини в примітивного споживача, який не потребує власного творчого пошуку. Одним з простих і поширених прикладів даної ситуації є звернення студентів і школярів до бази даних Інтернету в процесі підготовки рефератів і курсових робіт. Причому, переважаючим є примітивне копіювання чужої роботи з мережі.

Актуальною проблемою стає фізичне здоров'я користувача мережі. Збільшується гіподинамія, людина годинами сидить у приміщенні за монітором комп'ютера. Це призводить до соматичних патологій. Також медики визнали розповсюдження «синдрому офісу», який характеризується депресією й постійною втомою у людей, що працюють за комп'ютерами. Цей перелік може продовжити так зване «хакерство», як втручання в приватне життя і інтелектуальну власність особи за допомогою мережі Інтернет.

Ще однією межею є все зростаючий розрив між користувачами персональними комп'ютерами з виходом в Інтернет і тими, кому комп'ютер доступний лише як картинка в підручнику або на екрані телевізора. Відбувається своєрідне розшарування суспільства, у зв'язку з залученістю або відчуженістю від комп'ютера. У нашій країні цей контраст яскраво проявляється у співвідношенні між міським і сільським населенням (сам факт використання комп'ютера), з одного боку, і крупними містами й провінцією, з іншого (йдеться вже про рівень використання комп'ютерів, у тому числі й мережі Інтернет). Наступний неоднозначний результат розвитку

Інтернету — це зменшення і без того вже мінімізованого іншими ЗМК безпосереднього міжособового спілкування. На зміну йому приходять інші рівні спілкування за допомогою відеотехнологій мережі.

Очевидно, це неповний перелік проблемних моментів у розвитку мережі Інтернет. Проте, не можна заперечувати її велике значення в розвитку сучасного суспільства. З одного боку, Інтернет уявляється як самостійний феномен сучасної культури, який як проекція відображає практично всі напрями розвитку масової культури; з іншого — впливає на її розвиток і зміст. Формується глобальна електронна спільнота, яка діє за специфічними законами й правилами. Змінюється, зокрема, і спосіб життя людини, де комп'ютер узяв на себе велику частину рутинної виробничої діяльності. При теоретичному підході до даного питання, можна говорити про виникаючий вільний час, який людина може використовувати для творчості. Проте, на практиці, в більшості випадків, людина стає ще більшим споживачем індустрії культури, не прагнучи до творчої активності.

ЗМК покликані відігравати компенсаторну роль по відношенню до менш розвинених і менш поширених засобів культури і її благ. Таким чином, при слабко розвиненій соціокультурній інфраструктурі або низькому рівні духовних потреб ЗМК можуть стати і стають заміною інших засобів культури.

У сучасному суспільстві за допомогою ЗМК передається соціокультурний досвід і підтримуються культурні традиції, вони значно впливають на художню культуру. Визначальною ознакою сучасної художньої культури стала багатотиражність, масовість. Кіно, радіо і телебачення є в наші дні основними каналами, трансляторами і творцями творів мистецтва. Тиражуючі способи залучення до прекрасного невимірно перевищують в художньому споживанні унікальні, як і всі інші. Сприйняття мистецтва опосередковане технікою. Отже, ЗМК є одним з чинників функціонування сучасної культури.

Завдяки появі телекомунікаційних мереж, була подолана часова і просторова ізольованість окремих народів і їх культур. Проте формується реальна небезпека уніфікації культур,

тур, руйнування етнічної самобутності і значного зменшення культурного різноманіття. Разом з тим, глобальна самоорганізація культури як механізм, що врівноважує положення традиційного і оновленого в структурі сучасної культури, спирається на етнічну складову.

Світова практика другої половини ХХ ст. свідчить про те, що лише частина традиційних культур, що розвиваються в незахідних країнах, змогла вдало вписатися в постіндустріальну епоху і пристосуватися до глобальних зв'язків. Це, перш за все, так звані нові індустріальні країни Азіатського материка: Японія, Південна Корея, Тайвань, Малайзія та ін. Їх досвід оновлення свого традиційно-культурного комплексу свідчить, що в даному випадку вдалося несуперечливо поєднати базові якості своєї культури з модернізаційними технологіями, що йдуть ззовні, а також з процесами, властивими масовій культурі. Разом з тим, значна більшість країн незахідних цивілізацій не зуміли зробити таке поєднання. Таким чином, постіндустріальний розвиток світу призводить до необхідності адаптації традиційної культури до вимог сучасних глобальних зв'язків, що дозволить народам зберегти свою самобутність. В різних країнах йде пошук компромісу між формами модернізації і власною самобутністю культур, між співвідношенням їх диференціації і інтеграції.

Таким чином, методологічний зміст введених нами категорій зводиться до наступного. Існують інститути комунікацій, що виконують особливий вид соціальної діяльності, що мають свою мету, предмет, суб'єкти, засоби, характер і зміст. Сукупність соціальних практик, пов'язаних з цілеспрямованим виробництвом і функціонуванням в суспільстві ефективних систем публічних комунікацій, утворює сферу ЗМК.

Для того, щоб розібратися з діалектикою існування в соціальній системі засобів комунікації і аргументувати можливість існування цього феномена як соціального інституту, скористаємося сферно-інституційною методологією і введемо категорію «сфера масової комунікації».

Під сферою масової комунікації будемо розуміти широку сукупність соціальних практик (видів діяльності), пов'язаних

з цілеспрямованим виробництвом і функціонуванням у суспільстві ефективних систем публічних комунікацій соціальних суб'єктів. Сфера комунікації — це найбільш загальне поняття, що дозволяє описати існування цього феномена в суспільстві. У сферу масової комунікації включається не тільки власне комунікаційна діяльність, направлена на формування ефективної системи публічних комунікацій соціального суб'єкта, але і зв'язані з нею види діяльності з виробництва публічного капіталу, інформування населення або окремих груп громадськості, включення продуктів масмедіа в систему управління, ухвалення рішень і самоврядування.

Суб'єктні простори і сфери комунікацій не співпадають повністю, суть другого ширше. У сфері комунікацій взаємодіють одночасно декілька груп різнорідних комунікантів:

- комуніканти, які утворюють суб'єктний вимір масмедіа. До їх числа відносяться базисні (наочні і функціонально-стратегічні) і технологічні (неінституційні, квазіінституційні й інституційні) суб'єкти;
- громадськість (зовнішня і внутрішня), що є необхідним елементом суб'єктного комунікаційного простору, на яку і направлені інформаційні потоки, створюючи публічну комунікацію як субстанцію;
- різні державні й недержавні інститути, що є суб'єктами сфери комунікацій, які формують нормативно-правову базу для цієї діяльності, здійснюють її регулювання і контроль;
- різні професійні співтовариства, суспільні об'єднання, асоціації фахівців у сфері комунікацій;
- інститути професійного навчання і освіти, центри підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів;
- суб'єкти, що займаються вивченням і дослідженням сфери комунікацій;
- різні інститути діагностики суспільної свідомості: соціологічні центри, служби вивчення громадської думки і т. п., що аналізують ефективність і інші параметри функціонування комунікацій;

- суб'єкти суміжних сфер діяльності, які впливають на масову свідомість або свідомість громадськості і потенційно здатні брати участь в реалізації функцій масмедіа, а також створюють комунікативні умови для діяльності суб'єктів ЗМК, рекламні і маркетингові служби, різного роду агентства комунікацій.

У субстанціональній структурі сфери комунікаційного простору представлена вся сукупність тих, що реалізуються в даний момент, комунікаційних практик і їх елементів. Вони не співпадають за об'єктами й предметами, можуть розрізнятися за базисними й технологічними суб'єктами, виконуваними функціями, ступенем інституціоналізації, ролі в суспільному житті. Їх сукупність входить в дану сферу, визначає її суть і специфіку в конкретний момент часу. Таким чином, сфера масової комунікації є полісуб'єктною й неодноточна. Характер її існування визначається особливостями розвитку суспільства, специфікою історичного розвитку, що переживається ним.

Як і будь-який основоположний соціальний процес, інтенсифікація комунікацій, що спричиняє за собою трансформацію комунікаційного простору, породжує соціальні проблеми і несе в собі небезпеку дестабілізувати суспільство. Що стосується сучасного українського суспільства, то воно, знаходячись достатньо давно в умовах істотних трансформацій, не може не відчувати дестабілізаційних напруг¹. Українці, зіткнувшись з радикальними змінами в житті країни за останні 20 років, опинилися в серйознішій ситуації «втрати точки опори», аніж мешканці західних європейських країн. У сучасному світі формується постіндустріальна цивілізація,

¹ Див., наприклад: Дзьобань О. П. Національна безпека в суспільствах транзитивного типу: Монографія. — Х.: НАУ ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 2004. — 291 с.; Дзьобань О. П. Національна безпека в умовах соціальних трансформацій (методологія дослідження та забезпечення): Монографія. — Х.: Константа, 2006. — 440 с.; Дзьобань О. П. До питання про тенденції соціокультурної трансформаційної динаміки // Наукові записки Харківського університету Повітряних Сил. Соціальна філософія, психологія. — Х.: ООО «Апекс+», 2005. — Вип. 1(22). — 2005. — С. 85–91.

виникає новий, комунікаційний спосіб виробництва. З одного боку, цивілізаційний перехід веде до глибоких диспропорцій в положенні, можливостях розвитку різних класів, соціальних прошарків і груп, різних регіонів і країн. З іншого боку, породжуються імпульси, мотиви до подолання цих диспропорцій і дисбалансів, що викликає особливий стан, названий О. Ахієзером конструктивною напруженістю, «втілення якого через відтворення, відтворювальну діяльність суб'єкта направлено проти дезорганізації ентропійних процесів, ... на подолання соціокультурних суперечностей»¹, проти перетворення будь-якого відтворення в деструктивне. Конструктивну напруженість слід розуміти як «інтерпретацію суб'єктом будь-якої реальності як поля між полюсами дуальної опозиції»², підвищення цієї напруги, наприклад, між негативним відношенням до комп'ютерних технологій і прагненням володіти ними досконало, перетворення цієї напруги в зміст свідомості і діяльності особи, співтовариства.

Іншими словами, комунікація породжує поляризацію соціальних сил навіть усередині постіндустріальних країн, а стосовно світу в цілому ця поляризація стає небезпечною, дестабілізуючою. Успіхи глобалізації — інтенсивний розвиток комунікаційного простору, комунікаційної взаємодії, торгівлі, реклами і т. д. — можуть породжувати дисфункційний ефект. Зростання потреб населення бідних країн, що значно перевищують можливості їх задоволення, викликає посилення соціальної напруженості в суспільстві, наприклад, збільшує потоки міграції з периферії в центр цивілізації. Останнє диверсифікує постіндустріальне суспільство в соціальному відношенні, породжує «нових бідних», загострюючи соціальні суперечності. Напрошується висновок, що розвиток комунікаційних технологій призвів до появи ще одного вимірювання бідності — так званої інформаційної. Це поняття відобра-

¹ Ахієзер А. С. Россия: критика исторического опыта. (Социокультурная динамика России). От прошлого к будущему. — 3-е изд., доп. — М.: Новый хронограф, 2008. — С. 863.

² Там само.

жає зростання соціальної диференціації населення за новим принципом — можливостей доступу до сучасних технологій, коли лише частина людей дістає доступ до нових технологій і може реалізувати цю перевагу.

Функціонує й політичний дисфункціональний ефект, який викликає політичну активність в країнах, що розвиваються, на ґрунті дискредитації глобальних ЗМК тих або інших національних політичних режимів. У світі, де комунікаційне протистояння є реальністю, потенційною загрозою виступає тенденція вирішення існуючих міждержавних протиріч шляхом впливу на комунікаційну сферу, зокрема, на масову свідомість населення іншої держави. На думку Ж. Бодрийяра, «масам підносять сенс». І далі: «зневага сенсом красномовно характеризує мовчазну пасивність»¹. Хіба ми не стикаємося з феноменом, коли щось сказане вранці по телевізору, лише ближче до вечора починає нами осмислюватися, а до того просто живе в нашій свідомості, як би не помічається як непотрібне нам. Виникає ситуація смислової порожнечі при одночасному кількісному заповненні свідомості величезним обсягом комунікаційних потоків, що ускладнюються.

До дестабілізаційних чинників комунікаційного простору слід віднести виникнення нових форм соціокультурної агресії з боку найбільш розвинених країн і регіонів відносно менш розвинених. З'являється потенційна або реальна небезпека втрати цілими спільнотами своєї культурної й національної ідентичності, включаючи мовну самобутність.

В контексті цього можна також відзначити нав'язування людству споживчих переваг і смаків на користь вузької групи транснаціональних компаній-виробників².

Небезпека полягає і в тому, що глобалізація виробництва, що посилюється, і мобільність всесвітніх корпорацій може неблагоотворним чином вплинути на політику охорони нав-

¹ Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. — Екатеринбург, 2000. — С. 14–19.

² Дзьобань О. П., Пилипчук В. Г. Інформаційне насильство та безпека: світоглядно-правові аспекти: Монографія / За заг. ред. проф. В. Г. Пилипчука. — Харків: Майдан, 2011. — 244 с.

колишнього середовища, право на працю і соціальний захист у всесвітньому масштабі.

Обсяги відомостей, які видають комп'ютери, викликає тривогу і навіть хворобу, деякі люди стають залежними від комунікації так само, як від алкоголю або наркотиків. З'являється покоління інфоманів, яким потрібна регулярна доза інформації (синдром одержимості). «Комунікаційне передозування» доводиться вважати об'єктивною реальністю¹.

Узагальнено результати досліджень у сфері впливу комунікаційного потоку на особу можна звести до декількох положень. По-перше, це стрес, що викликає напруженість у комунікаційних відносинах. Далі особа демонструє сповільнену реакцію на вхідну інформацію. При цьому важливі рішення можуть відкладатися, а можливість приймати їх зменшується із-за великого обсягу інформації, що переробляється. По-друге, це депресія для певного типу людей (інтроверти). Вони використовують Інтернет в основному для розваги, а не соціальних контактів як це роблять екстраверти. Найбільше в Мережі вони цінують анонімність і особисту ізольованість². По-третє, виникнення симптомів супутніх комунікаційному перевантаженню, які виражаються в підвищенні артеріального тиску і, як наслідок, у зростанні серцево-судинних захворювань; погіршенні зору; втрати орієнтації; неякісних думок, заснованих на надмірній упевненості; у недоброзичливості по відношенню до тих, що оточують.

Хотілося б відзначити і ще один важливий аспект. Поширеність сучасних комунікаційних технологій за допомогою Інтернету формує новий тип особи — користувача Мережею. В процесі комунікації в Інтернеті індивід повністю віддається у владу віртуальної реальності. Людина, що піддається масованому впливу комунікаційних технологій, не може відрізни-

¹ Информационная перегрузка грозит неврастением. — <http://www.4w.ru/phorum>.

² Анисимов В. Интернет не делает людей психами и самоубийцами. — <http://www.netoscope.ru>.

ти — де чутки, де реальність, де версія, де думка, де факт, у неї порушується відчуття часу¹.

Масштаби і значення комунікаційних потоків безперервно зростають, що є стимулом появи поняття «суб'єктивна реальність», хоча відмінність між суб'єктивною й об'єктивною реальністю є досить відносною. Вся реальність є людська реальність, тобто фактично, суб'єктивна. Посилюється потреба людей ставати активними споживачами інформації, учасниками комунікаційних процесів в суспільстві.

Напрошується висновок, що на даний момент існує комунікаційна експансія на всіх фронтах — технічному, технологічному й культурному, яка, не зустрічаючи належної відповіді з боку особи, призводить до негативних результатів комунікації.

З урахуванням вищесказаного, основні джерела загроз деструкції особи й дестабілізації суспільства поділяються на дві основні групи: зовнішні і внутрішні. Внутрішні джерела загроз закладені в самій соціокультурній природі психіки людини, в особливостях її формування й функціонування, в індивідуально-особових характеристиках індивіда. Ця проблема є предметом аналізу в багатьох дослідженнях гуманітарних і природничих наук. Зовнішні джерела пов'язують з поняттям ентропії (шум) і, навпаки, неентропії й надмірності.

У контексті даного дослідження предметом інтересу є, перш за все, переходи від зовнішнього до внутрішнього і назад — джерела дезорганізації свідомості й діяльності, загроз, як говорив В. Біблер, «інтелектуального Чорнобиля», що йде, зокрема, від недостатнього розвитку здатності особи вирішувати все більш важливі проблеми. Цей Чорнобиль відбувається в наших головах, проникаючи в кожен особу, стимулюючи подвійність, «дипластію мислення» і нестійкість ухвалюваних рішень.

Результатами цих тенденцій є світоглядно-емоційні антиномії:

¹ Уханов Є. В. Мережеві комунікації та соціальне самовизначення індивіда: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — Х., 2010. — 18 с.

- з одного боку, відчуття цілісності світу, з іншого — усвідомлення його роздробленості;
- з одного боку, відчуття зв'язку зі світом, навколишніми істотами і пов'язане з ним відчуття безпеки, з іншого — тривожне відчуття власної відособленості й відчуженості;
- з одного боку, відчуття злиття зі світом, розчинення в ньому, з іншого — усвідомлення своєї індивідуальності і свободи.

Якщо прагнення до причетності є в деякому роді внутрішня (природжена) потреба людини, то здібність до розрізнення себе і світу є щось, що природним чином прийшло ззовні завдяки комунікації, оскільки саме в процесі комунікації людина починає усвідомлювати роздробленість світу і свою відокремленість від нього, що провокує самозміну, зміну соціальної реальності.

Отже, комунікація може виступати як засіб, що і обмежує процес саморозуміння, і сприяє йому. І наскільки зняття подвійності сприятиме подальшому позитивному подоланню відчуження, залежить, перш за все, від якості цього засвоєння, а саме від дотримання людиною деяких умов. Завдяки цьому з'являється доступ до ресурсів комунікації як засобу самовизначення, максимально сприяючого саморозумінню. «І кожного разу, коли порушується рівновага, людина вимушена шукати нової рівноваги. І те, що деякі називають природним прагненням до прогресу, насправді є всього лише спробою знайти новий і максимально зручний стан рівноваги»¹. В результаті таких безперервних спроб досягти подолання подвійності комунікації, одна тенденція протистоїть іншій. Освоєння комунікації як чинника формування особи, таким чином, представляється як взаємообумовлений, «живлячий» один одного розвиток протилежних тенденцій до розділення і з'єднання. Подолання цієї подвійності служить стимулом нарощування здібностей особи.

¹ Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности — М.: Республика, 1994. — С. 196.

Незважаючи на те, що світ високих технологій захлинається в потоці інформації, повернення в недавню паперову пучину практично неможливе. Професор Чарльз Оппенгайм, який займався дослідженнями у сфері дестабілізаційного впливу комунікації на суспільство, відзначив, що єдиним засобом захисту від соціальних катастроф є управління комунікацією. Вміло використана комунікація може сприяти встановленню мостів до стабільності в умовах глибоких економічних розколів по всьому світу¹. Наслідки застосування комунікаційних технологій залежать від ціннісних установок і політичних рішень. Реалізація можливостей інститутів комунікаційного простору — питання адекватної політики і своєчасних управлінських рішень.

¹ Оппенгайм Ч. Новая эра предвещает окончание проблем информационной перегрузки. — http://www.ci.ru/inform/23_98/F1.

Розділ 2

ОНТОЛОГІЧНІ ВИМІРИ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЯХ

2.1. Місце інформації й інформаційних комунікацій у процесі еволюції соціально- організованої матерії

Фундаментальним і ключовим поняттям для всього кола досліджень, пов'язаних з проблемами інформаційного суспільства, є, поза сумнівом, поняття інформації. Від того, як визначається це ключове поняття, багато в чому залежить не тільки постановка, але й власне вирішення багатьох теоретичних і практичних проблем у вказаній сфері.

Як справедливо зазначає О. Бандура, взагалі інформацію можна віднести до «корисних копалин», причому її специфіка полягає в тому, що її створено людьми і вона пов'язана, насамперед, з духовним життям¹. Запаси накопиченої людством інформації є настільки великими, що цілком доцільно вести мову не про її переробку, а (так само, як стосовно інших корисних копалин) про видобування.

Проте, розвиток поняття «інформація» в науці ХХ століття пішов, як відомо, таким шляхом, що сьогодні вчені-гуманітарії, охочі використовувати його достатньо чітко окресленим чином, опинилися в надзвичайно заплутаній ситуації.

¹ Бандура О. О. Правознавство у системі наукового знання: Монографія. — К.: НУВС, 2010. — С. 13–14.

Як справедливо відзначають російські дослідники В. Пушкін та А. Урсул, в сучасній науці можна виділити наступні основні значення поняття інформації¹:

- повідомлення, інформування про положення справ, відомості про що-небудь, які передаються людьми²;
- зменшувана невизначеність, що знімається в результаті отримання повідомлень³;
- повідомлення, нерозривно пов'язане з управлінням⁴, сигнали в єдності синтаксичних, семантичних і прагматичних характеристик⁵;
- передача, відображення різноманітності в будь-яких процесах і об'єктах⁶.

В даний час ще не вироблено єдиного й загальновизнаного загального визначення поняття інформації, а разом з наведеними вживаються ще сотні дефініцій, часто суперечливих і взаємовиключних один одного. Деякі вчені на цій підставі закликають навіть взагалі відмовитися від спроб дійти якого-небудь вирішення проблем, пов'язаних з розумінням феномена інформації. Ніхто ще не бачив, — заявляють, наприклад, представники природознавства, ані як субстанцію, ані як властивість цю загадкову інформацію. Скрізь ми виявляємо лише взаємодію матеріальних речовин, наділених енергією і ніде не виявляємо того, що зазвичай називаємо інформацією, тому, що її не існує в природі, як не існує флюїдів, флогістону⁷, ефіру тощо⁸.

¹ Пушкін В. Г., Урсул А. Д. Информатика, кибернетика, интеллект. Философские очерки. — Кишинев, 1989.

² Традиційне, «донаукове» розуміння інформації.

³ Розуміння інформації, яке прийшло з математичної теорії зв'язку й праць К. Шеннона.

⁴ Розуміння інформації, яке прийшло з кібернетики й праць Н. Вінера.

⁵ Розуміння інформації, яке прийшло з семіотики й праць Ч. Морріса й Ч. Пірса.

⁶ Розуміння інформації, яке прийшло з праць У. Ешбі.

⁷ **Флогістон** (грецьк. *phlogistos* — займистий, горючий), в уявленнях хіміків ХVIII ст. гіпотетична основа горючості, «вогненна субстанція», що нібито наповняє всі горючі речовини й вивільнюється з них при горінні. Термін введений Йоганом Бехером і Георгом Шталем у 1703 році для пояснення процесів горіння.

⁸ Дзьобань О. П. Інформаційна безпека у проблемному полі соціокультурної реальності: Монографія. — Х.: Майдан, 2010. — 260 с.

Основною причиною складнощів, що виникли з розумінням феномена інформації (як це видно із наведеного вище переліку основних його визначень), з'явилося несподіване вторгнення в цю царину досліджень в другій половині ХХ століття представників так званих точних наук — математиків, фізиків, інженерів і т. д., які привнесли сюди свої власні підходи й термінологію, що радикально відрізнялися від тих філософсько-гуманітарних концепцій, що склалися тут раніше. Вчені-математики й кібернетики порівняно швидко створили свою власну теорію інформації, відношення до якої відразу ж виявилось суперечливим. Деякі автори середини ХХ століття прогнозували навіть, що в 2000 році теорія інформації, можливо, існуватиме лише в нечисленних абсолютно нечитаних трактатах, які зберігаються в бібліотеках коледжів як забуті пам'ятники безрозсудно розтрачених життів. Проте цього, як ми бачимо, не відбулося. Математизовані й технізовані теорії інформації продовжують і сьогодні вельми інтенсивно розвиватися й множитися, вносячи в розуміння сучасних інформаційних процесів не тільки притаманну їм точність і строгість, але й величезну смислову плутанину.

Як приклад крайнього (і навіть позамежного, такого, що граничить вже зі свідомим або несвідомим шарлатанством) «суперсучасного» підходу до визначення феномена інформації, можна навести наступне, яке активно просувається з середини 90-х І. Юзвішиним і його послідовниками. Інформація, згідно з їх роз'ясненням — це фундаментальний генералізаційно-єдиний безвладно-нескінченний закономірний процес резонансно-стільникового, частотно-квантового й нульсингулярного самовідношення, самовідображення, відношення, взаємодії, взаємоперетворення, взаємозбереження (у просторі та часі) енергії й руху на основі матеріалізації й дематеріалізації у вакуумосферах і матеріосферах Всесвіту.

Але навіть і після виключення з розгляду подібних ідей, що захоплюються сьогодні деякими фізиками, біологами й математиками, що оперують поняттям інформації, ситуація з розумінням цього все більш загадкового феномена в сучасній

науці залишається, як і раніше, надзвичайно заплутаною й суперечливою. Як же склалася в науці така ситуація?

До середини ХХ століття з розумінням феномена (і самого слова) інформації в суспільних науках не виникало жодних особливих проблем. Інформацію тоді розуміли приблизно так само, як вона розуміється і зараз — відомості про осіб, предмети, факти, події, явища і процеси, незалежно від форми їх уявлення.

Інакше кажучи, інформація розумілася тоді просто як якесь людське знання або інтелектуальний твір, оформлений якимось загальнозрозумілим способом і представлене комусь для ознайомлення або використання. Неоформлене й непрезентоване нікому знання або твір інформацією, як правило, не називалося.

Проте, на початку ХХ століття група американських вчених, співробітників компанії Bell Telephon Company, що вивчали процеси передачі таких повідомлень телефонними лініями (Х. Найквіст, Р. Хартлі й К. Шеннон), виступили з оригінальним розумінням того, як треба вимірювати інформацію, що міститься в цих передачах.

У 1924 р. Х. Найквіст запропонував вимірювати кількість інформації, що доводиться на одну букву тексту, яка передається по каналу зв'язку, величиною $H = 1/n$, де n — число букв у використовуваній мові.

Через чотири роки Р. Хартлі визнав зручнішим як таку міру застосовувати логарифм цієї величини, тобто $\log(1/n)$.

Двадцять років потому, у 1948 році, К. Шеннон з цією ж метою ввів величину $H_i = -k \log q p_i$, де H_i — кількість інформації, пов'язана з i -тою буквою алфавіту, p_i — частота вживання цієї букви в даній мові, q — основа логарифмів, а k — коефіцієнт пропорційності, величина якого залежить від q й від вибраних одиниць вимірювання кількості інформації; знак «мінус» перед k поставлений ним для того, щоб величина H завжди була позитивною¹.

¹ Шеннон К. Статистическая теория передачи сигналов // Теория передачи электрических сигналов при наличии помех. — М., 1953. — С. 58–78.

Наведені формули потрібні були К. Шеннону для обчислення пропускну здатності каналів зв'язку й ентропії джерел повідомлень, для поліпшення методів кодування й декодування повідомлень, для вибору перешкодостійких кодів, а також для вирішення низки інших завдань, пов'язаних з оптимізацією роботи технічних систем зв'язку. Сукупність цих уявлень, цілком коректно названа самим К. Шенноном «математичною теорією зв'язку», і була потім переключена іншими авторами в «класичну теорію інформації».

Проте, навіть і не вдаючись в поглиблене осмислення наведених вище математичних формул, можна цілком безумовно стверджувати, що до розуміння суті того, що називається інформацією, вся ця теорія кодування і зв'язку має вельми віддалене відношення (на цьому наполягав і сам К. Шеннон). Максимум, у чому вона може нам допомогти, — це в розумінні того, як технічно може фіксуватися й передаватися інформація з використанням тих або інших наборів символів і сигналів та інших технічних засобів її передачі. Ця теорія є в кращому разі теорією техніки кодування і техніки передачі інформації, але не теорією самої інформації.

Проте, до часу виходу у світ згаданої формули К. Шеннона природничо-наукова громадськість вже була підготовлена до її сприйняття як теорії, що описує саме саму інформацію. Кібернетика, що вже зароджувалася тоді як «наука про управління і зв'язок у тварині, суспільстві й машині», вже щосили використовувала термін «інформація» для позначення тих сигналів, якими можуть обмінюватися між собою не тільки люди або тварини, але й людина та машина (і навіть самі машини) з метою оптимізації своєї «поведінки». Вже був введений в науковий обіг і термін «генетична інформація».

Усім цим новим теоріям і практикам тієї епохи, як виявилось, чудово підходила шеннонівська теорія кількості інформації.

Проте, слід чітко уявити собі, що, не даючи визначення поняттю «інформація» і в той же час називаючи «кількістю інформації» частотну характеристику букв коду, К. Шеннон як би створював можливість для ототожнення двох абсолют-

но різних за своєю природою феноменів: інформації як семантики повідомлення й «інформації» як частоти здійснення якої-небудь події. Це робило можливою підміну термінів, що й було швидко реалізовано. Вже через декілька років французький фізик Л. Бріллюен як основну позитивну рису нової теорії називав ототожнення інформації з величиною, зворотною частоті здійснення якої-небудь події. Термін «інформація» у вказаному вище сенсі остаточно злився з терміном «кількість інформації».

Все це й дозволило, врешті-решт, ученим-природникам того часу, що розвивали цю нову систему загальних уявлень, з одного боку, звести інформацію в ранг загально-фізичного (природно-космічного) феномена, а з іншого — здивуватися при цьому її «нефізичній» природі (обмін інформацією не підкоряється законам збереження). Парадоксальна ситуація, що виникла таким чином у науці ХХ століття, була остаточно легалізована в ній багатозначним висловом Н. Вінера, який заявив одного разу, що інформація є інформація, а не матерія і не енергія.

У цій знаменитій формулі «батька кібернетики» відобразилося, втім, більше подив наукового світу того часу, аніж ясне розуміння суті справи. Проте, навіть і людьми, вельми далекими від фізико-математичних і технічних дисциплін, була вже міцно засвоєна ця нова точка зору на інформацію. Так, зокрема, в словнику шанованого С. Ожегова читаємо, що інформація — це відомості про навколишній світ і протікаючі в ньому процеси, які сприймаються людиною або спеціальним пристроєм.

Інакше кажучи, вже допускається й мовознавцями, що «спеціальні пристрої» теж можуть сприймати «відомості», разом з людиною. У свою чергу, «відомості», за словником С. Ожегова, це 1) пізнання в якійсь галузі, знання, уявлення про що-небудь і 2) звістка, повідомлення. «Спеціальні пристрої», отже, можуть, згідно з цим визначенням, одержувати «пізнання» й «уявлення» про щось, а також «відомості, повідомлення» тощо.

Таким чином, свідомо або мимоволі, але всі ці поспішні й погано продумані узагальнення, поширювані про інфор-

мацію й інформаційні процеси представниками точних наук, призвели до того, що в сучасній свідомості, у міркуваннях про інформацію, багато в чому вже стирається принципова грань між людиною й тваринами (і навіть машинами), що, як мінімум, є передчасним.

Щоб звільнитися від усієї цієї некоректності, привнесеної в теорію інформації вченими-природниками, гуманітарна наука повинна, на нашу думку, перш за все знову відновити принципову грань між людиною й безрозсудною природою, так поспішно і самовпевнено стерту природознавством ХХ століття, і повернути поняттю інформації її первинний і дуже глибокий зміст, який природничо-науковим дисциплінам поки що недоступний.

Але, з іншого боку, і просто відкинути ті нові сенси, привнесені в поняття інформації розвитком фізики, математики, кібернетики (загальної теорії управління) та іншими природничими й інженерними науками у ХХ столітті, сьогодні вже не можна. Вони повинні бути коректно переосмислені й обмежені (визначені) сучасною гуманітарною наукою.

Як свідчить історія розвитку науки¹, загальну змістовну теорію будь-якого феномена завжди давали перш за все філософи, а не математики й інженери. Тому і осмислену теорію інформації слід шукати не у математиків та інженерів, занурених у пошуки відповідних їм формул для обчислення її кількості, а у філософів, які прагнуть зрозуміти саму суть обчислюваного.

Найбільш адекватною змістовною теорією інформації, на думку більшості теоретиків, є сьогодні теорія відображення, що досить плідно розвивалася в ХХ столітті багатьма вченими.

Демістифікуюча суть цієї теорії в сучасних умовах полягає, перш за все, в тому, що інформація й інформаційні процеси визначаються в ній як специфічні феномени, що мають у своїй основі властиву всій матеріальній природі здатність

¹ Див., наприклад: Горбенко Я. О. Наукові комунікації в сучасному українському суспільстві: Автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04. — Х., 2010. — 20 с.

взаємного відображення всіх матеріальних тіл і процесів один в одному. Інформація, таким чином, розуміється як специфічний вигляд і форма матеріального відображення.

Щоправда, і в рамках теорії відображення виникли й зберігаються деякі концептуальні розбіжності, про одне з яких, зокрема, В. Пушкін і А. Урсул вважають, що є два основні підходи до характеристики інформації і відображення. Згідно з одним з них, відображення визначається за допомогою інформації; інший підхід полягає в обґрунтуванні поняття інформації за допомогою категорії відображення¹.

Незважаючи на солідну літературу, присвячену обговоренню цієї заплутаної проблеми, сама ця розбіжність, на наш погляд, є простим непорозумінням, оскільки прихильники визначення поняття відображення через поняття інформації намагаються визначити зрозуміле (відображення) через незрозуміле (інформацію), тоді як завдання науки полягає, як відомо, в зворотному. Тому, пізнавальну цінність може мати тільки твердження про те, що інформація є видом відображення. А зворотне визначення («відображення є вид інформації») просто позбавлене будь-якої пізнавальної цінності.

Уникнути ж цієї явної нісенітничі прихильникам даного підходу (його іноді називають «природничо-науковим») допомагає лише те, що вони просто підміняють незрозуміле поки що поняття інформації яснішим поняттям організації й починають вживати слово «інформація» в тому сенсі, в якому вживається слово «організація». Така підміна вперше була запропонована й розвинена англійським ученим-психіатром і кібернетиком У. Ешбі й сприйнята потім багатьма вченими й інженерами. Формула «матерія = речовина + енергія + організація» замінюється у них, таким чином, формулою «матерія = речовина + енергія + інформація».

Проте, простою заміною у вживанні одного слова іншим ніякого успіху в поглибленні нашого розуміння феномена інформації ми не досягнемо. Навпаки, ми тільки містифікуємо

¹ Пушкін В. Г., Урсул А. Д. Информатика, кибернетика, интеллект. Философские очерки. — Кишинев, 1989. — 400 с.

й заплутаємо ще і поняття організації, розуміння якої цілком можливе і без ототожнення його з інформацією.

Набагато більшою осмисленістю володіє інша серйозна розбіжність, що теж виникла й існувала в рамках теорії відображення. Прихильники одного з підходів, що одержав назву «атрибутивного», визначають інформацію як властивість, притаманну всім процесам відображення в природі. Прихильники ж іншого підходу, що одержав назву «функціонального», визначають інформацію як атрибут тільки самоорганізованих систем. В рамках цієї, «функціональної» концепції інформації виникли вже і свої різновиди, такі, як «управлінська» (у якій інформація нерозривно пов'язується тільки з управлінням), «самоуправлінська» (де цей зв'язок передбачається лише з самоуправлінням), «семіотична» (де інформація ставиться в однозначний зв'язок із знаками) і т. д.¹

Проте, всі ці розбіжності зводяться врешті-решт теж до своєрідних непорозумінь авторів різних підходів, хоч і не таких очевидних, як у попередньому випадку.

Насправді, від науки потрібно, перш за все, звести все незрозуміле до максимально зрозумілого, і все складне — до максимально простого. Саме це і робить достатньо задовільним чином «атрибутивна» теорія відображення, вбачаючи в самих елементарних і максимально зрозумілих будь-якій людині явищах матеріального відображення, джерело всіх, складніших і малозрозумілих, інформаційних явищ і процесів. Суть феномена інформації в його простій і очевидній формі може бути показана цією теорією і роз'яснена вже на найпростішому і зрозумілішому рівні.

Крім своєї знаменитої формули кількості інформації, К. Шеннон, як відомо, ввів в теорію інформації ще й найзагальніше уявлення про систему інформаційного зв'язку, в якому, за його визначенням, необхідно повинні бути присутніми наступні п'ять основних елементів: 1) джерело інформації, 2) передавач, 3) лінія зв'язку, 4) приймач і 5) адресат. Зрозуміло, К. Шеннон описував у цій схемі лише людино-технічні ін-

¹ Там само.

формаційні системи, що мають місце тільки в достатньо розвиненому людському суспільстві.

Проте, аналогічні процеси можна побачити і на простішому рівні взаємодії матеріальних тіл і процесів. Розглянемо, у зв'язку з цим, наприклад, відбиток лапи динозавра, залишений свого часу на м'якому ґрунті крейдового періоду, згодом затверділому. Вже в цьому, простому випадку ми можемо виділити майже всі основні складові інформаційної (відображувальної) системи й інформаційного процесу, а саме, 1) джерело відображення (воно ж і передавач, — динозавр), 2) безпосередній приймач (він же носій і хранитель) відображення (грудка ґрунту крейдового періоду) і 3) саме відображення (сам відбиток у ґрунті, сам слід і т. д.), що представляє 4) потенційному користувачу (спостерігачу, одержувачу і т. д., — суб'єкту) деякі характеристики будови лап динозавра, його ваги тощо.

Деякі автори виключають з цієї схеми адресата й переконані, що схема будь-якої інформаційної взаємодії може бути представлена таким чином: «джерело інформації» — «канал зв'язку» — «приймач інформації».

При цьому, майже очевидно, що тільки питанням конвенції є рішення про те, чи вважати нам (і називати) інформацією вже сам по собі цей матеріальний слід динозавра, залишений в ґрунті, безвідносно до того, чи є в природі вже істота, здатна сприйняти цей відбиток саме як відбиток лап динозавра, а не просто як зовнішню форму грудки ґрунту, чи ж ми повинні вважати інформацією тільки такі матеріальні відображення, які вже можуть сприйматися кимсь як саме відображення.

Мабуть, до появи на Землі перших живих істот ніхто не міг сприймати відображення як саме відображення, а до появи на планеті перших розумних істот ніхто не міг сприймати і так багатоманітні, тонкі й опосередковані відображення, які доступні тільки людському розуму. Але самі-то ці відображення, як ми чудово розуміємо, існували в природі і до перших живих істот, як існуватимуть і після них. Вважати ж їх інформацією чи ні — справа тільки конвенції. Можна вважати їх, наприклад, потенційною інформацією.

Тому суть розбіжностей між двома даними підходами — «атрибутивним» і «функціональним» — зводиться всього лиш до того, що «атрибутивна» теорія відображення закликає прийняти першу конвенцію, а «функціональна» теорія відображення наполягає тільки на другій.

Атрибутивна концепція зручніша для сучасної науки, оскільки вона краще узгоджується з тими широкими вживаннями терміна «інформація», які вже міцно склалися в сучасній науці.

Зокрема, сьогодні вже неможливо представити науковий опис процесів біохімічного синтезу речовин в живих клітинах без звернення до терміна «інформація», яким тут позначаються складні характеристики й відносини, що існують між молекулами різних полімерів. Так, наприклад, знамениті молекули ДНК в біології сьогодні прийнято вже називати «носіями інформації». Точно слідуючи суті того, що описується біологами як функції молекул ДНК, правильніше було б називати їх «джерелами інформації», а не її «носіями». Адже, ніхто в клітках на молекули ДНК нічого не «записує», навпаки, тільки самі молекули ДНК, взаємодіючи з навколишнім їх внутріклітинним середовищем, що складається з нуклеотидів, «записують» («віддруковують») свої структурні характеристики в ній, використовуючи як носіїв інформації (відображення) молекули РНК (що так і називається у біологів — «інформаційні», «і-РНК»), які вже відіграють роль не тільки носіїв інформації (по відношенню до відображуваних ними структурних характеристик молекул ДНК), але й роль (вторинного) джерела інформації (по відношенню до амінокислот і сформованих з них молекул білка). Інакше кажучи, в рамках внутріклітинних процесів молекули ДНК відіграють роль тільки джерела інформації, але не її носія, а молекули РНК відіграють тут ролі як носія інформації, так і її (вторинного) джерела (але для різних молекул і хімічних процесів).

Таким чином, як це видно із наведеного прикладу, без використання понять інформації в її атрибутивному розумінні сьогодні вже практично неможливий задовільний опис тих відносин, які існують в біохімічних процесах живої клітини,

хоча в них і повністю відсутня реакція молекул одна на одну як на носіїв інформації — всі молекули реагують одна на одну безпосередньо, тобто чисто хімічно (фізично). Інакше кажучи, все це, наскільки ми можемо сьогодні зрозуміти, — всього лиш псевдоінформаційні процеси.

Проте, без використання відповідної інформаційної термінології їх опис сьогодні вже практично неможливий. Тому дотримуватимемося наступного визначення інформації: інформація — це матеріальний слід (відображення), що залишається при взаємодії двох і більше матеріальних тіл і процесів один в одному, потенційно здатний бути сприйнятим кимсь саме як слід тіла, що залишило його, або процесу.

Існування інформації, таким чином, в нашому розумінні, носить двоякий характер — 1) існування «самого по собі» і 2) існування «для іншого» («функціональне» визначення). З одного боку, інформація існує об'єктивно-фізично, сама по собі, і в цьому, безвідносному її статусі її можуть досліджувати всі математичні, фізичні й інженерні науки. Але, з іншого боку, вона існує також і суб'єктивно, або відносно, — «для когось», і в цьому її статусі її можуть досліджувати тільки біологічні, психологічні, філософські й соціальні науки, що мають своїм предметом життєдіяльність біологічних і соціальних суб'єктів.

Таке розуміння інформації допомагає, з нашої точки зору, по-перше розмежувати компетенцію природничо-наукових і соціально-політичних дисциплін в дослідженні різних сторін інформаційних систем і процесів (у тому числі й у сфері досліджень проблем інформаційного суспільства), а, по-друге, ясно зрозуміти, що технічна (природничо-наукова) сторона цих систем і процесів складає підлеглу їх частину і, що, отже, головний напрям їх дослідження лежить у сфері саме соціально-політичного, а не природничо-наукового й не технічного аналізу.

Отже, інформацією ми назвали реальні, матеріальні сліди, що залишаються, й породжувані всіма речами і процесами один в одному при їх матеріальній (речовинно-енергетичному) взаємодії. Проте сама по собі ця інформація повністю

даремна і безглузда для самих (фізичних) речей і процесів, як даремний і безглуздий, втім, і сам весь цей світ, якщо не припускати в ньому наявність хоч якого-небудь суб'єкта, або істоти, що розрізняє в цьому світі хороше і погане, тобто, — корисне й шкідливе (йому), добре і зле (з його точки зору), правильне і неправильне (у його розумінні) і т. д. Інформація без того, хто здатний сприйняти її і відгукнутися на неї саме як на інформацію, фактично не відіграє ніякої ролі в чисто фізичному світі.

При такому розумінні стає ясне джерело своєрідної ілюзії, що виникає у представників «природничо-наукової» концепції інформації. Інформація, — писав свого часу В. Глушков, — у найзагальнішому її розумінні представляє собою міру неоднорідності розподілу матерії й енергії у просторі й у часі, міру змін, якими супроводжуються всі протікаючі у світі процеси¹.

Сонячне світло, складки хребта, шум водопаду і т. д., дійсно, об'єктивно несуть в собі інформацію про багато що, але тільки в тому сенсі, що вони несуть на собі сліди минулих і поточних матеріальних взаємодій їх з іншими матеріальними тілами і процесами. Проте, несуть вони її не для інших таких же речей і процесів, а тільки для особливих матеріальних утворень — суб'єктів. Без наявності ж суб'єктів, здатних сприймати ці сліди як саме сліди, вся ця інформація (або потенційна інформація, «псевдоінформація» і т. д.) в той же час, як би ще і не існує — її ніхто не здатний ані сприйняти як інформацію, ані яким би то не було чином використовувати.

Ключовим поняттям у цій частині аналізованої нами проблеми є поняття використання. Якщо джерелами і носіями інформації можуть бути практично будь-які матеріальні речовини і процеси, у тому числі й чисто фізичні, то користувачами інформації може бути тільки особлива матеріальна суть (істоти), або суб'єкти.

Взагалі, використовувати що-небудь можуть тільки живі істоти, які роблять це несвідомо, і розумні істоти, які здатні

¹ Глушков В. М. Мышление и кибернетика // Вопросы философии. — 1963. — № 1. — С. 8–14.

вже й до свідомого використання вельми багато чого, у тому числі й інформації. До появи на Землі найперших живих істот ніяка речовина не була, наприклад, їжею, оскільки вона ніким не використовувалося в цій її реальній якості; до появи перших очей і вух ніякі речі і процеси не були видимими й чутними, а до появи здатності реагування на певні модифікації світлових і звукових хвиль як на сліди матеріальних джерел, що їх породили, не існувало на Землі і ніякої інформації (у вузькому сенсі цього слова). Хоча, і перше, і друге, і третє, звичайно ж, разом з тим і існувало у вище роз'ясненому сенсі.

Первинним і основним завданням будь-якої живої істоти в цьому світі є підтримка сприятливого для його виживання й розмноження балансу тільки речовинно-енергетичного обміну між ним і зовнішнім середовищем. Спочатку будь-яку живу істоту в цьому світі цікавить тільки речовина й енергія, а інформація, на перших порах, їй повністю байдужа, як і всім оточуючим її чисто фізичним речовинам і процесам.

Проте, в ході виникаючої в світі живих істот конкурентної боротьби за живильні речовини і енергію, перевагу врешті-решт одержують саме ті організми, які розвивають в собі здібності реагувати не тільки на безпосередні контакти з небайдужими їм речовинами і процесами зовнішнього світу, але і на контакти з ними ж, але опосередковані контактами з біологічно нейтральними для них речовинами і процесами. Цю можливість вперше дають їм дистантні органи чуття, до яких відносяться у тварин, перш за все, органи зору і слуху, меншою мірою — органи нюху, і ще меншою — органи дотику. Органи смаку ж дозволяють живим організмам реагувати на речовину й енергію тільки в процесі безпосереднього контакту з ними (хоч й органи смаку теж якоюсь мірою є дистантними, оскільки дозволяють запобігти попаданню шкідливих речовин глибоко всередину організму).

Як приклад використання дистантних рецепторів можна привести поведінку вже найпримітивніших багатоклітинних організмів — медуз, які здатні передбачати наближення шторму, завдяки уловлюванню їх слухом-дотиком змін у звукових

коливаннях, що виникають від тертя води об повітря, задовго до наближення шторму. Реагуючи на ці, біологічно нейтральні для них самі по собі, коливання як на відображення біологічно небезпечного для них процесу (сильного хвилювання моря), тихохідні медузи встигають завчасно відплисти від берегів і тим самим врятувати себе від небезпеки, що наближається. Аналогічні механізми в ще примітивнішому їх вираженні існують навіть і у найранніших одноклітинних (амеб, інфузорій і т. д.).

Таким чином, інформація, спочатку даремна для живих істот сама по собі, виявилася корисною для них як засіб, сприяючий ефективнішому добуванню корисних речовин і енергії із зовнішнього середовища і ефективнішому уникненню контактів з шкідливими і небезпечними для них речовинами і процесами.

Тому, еволюція живих істот, починаючи з деякого етапу (очевидно, з появи перших, спеціалізованих саме на віддзеркаленні, нервових клітин у примітивних кишковопорожнинних), пішла у бік переважного відбору тих видів і форм живого, які розвивали в собі все більш могутні і витончені інформаційно-відображувальні апарати (органи чуття й нервово-мозкові аналітичні системи).

Найбільш розвиненим саме в цьому відношенні серед усіх живих істот на Землі і опинився врешті-решт вид *Homo Sapiens*. Дуже ясно й образно цю думку виразив ще в XVI столітті знаменитий лікар і алхімік Парацельс, який вважав, що люди відкривають те що приховано в надрах, завдяки знакам і зовнішнім відповідностям; і таким чином знаходять усі властивості трав і все, що є в каменях. Немає нічого ані в глибині морів, ані у вишині небосхилу, чого людина не була б здатна відкрити. Немає такої гори, якою б великою вона не була, яка могла б приховати від погляду людини те, що всередині неї; воно відкриває нам свою присутність через відповідні знаки.

Проте, людські здібності до сприйняття й використання інформації, присутньої в зовнішньому середовищі, принципово відрізняються від здатностей до такої діяльності, спо-

стережуваних нами в нижніх «поверхах» живої природи. На відміну від тварин, людина відноситься до інформації і користується нею свідомо. Але ця принципова відмінність часто ігнорується в різних кібернетичних моделях інформаційних процесів.

Інформація, — писав свого часу Н. Вінер — це позначення змісту, одержаного із зовнішнього світу в процесі нашого пристосування до нього¹. У цьому визначенні, як ми бачимо, людина розглядається як: а) приймач і носій інформації (відображення) про зовнішній світ і б) її користувач. Джерелом же інформації тут приймається тільки сам зовнішній світ. У такому розумінні, інформація — це те, що міститься, правда, у нас «в голові», але те, що одержано, все-таки, «із зовнішнього світу». Звідси, при певному складі і установках розуму, тільки один крок до висновку про те, що все це, одержане нами ззовні, «зміст» якимсь чином існує в зовнішньому світі і до того, як ми його звітти «одержали».

У деякому, роз'ясненому нами вище, сенсі так воно, звичайно, і є. Проте, зовсім не в тому, в якому намагаються часом представити це відношення деякі представники сучасних фізико-кібернетичних теорій. Так, наприклад, інформаціологи-уфологи В. Ажажа й Г. Белімов сьогодні вже серйозно обговорюють можливість свідомості індивіда прочитувати нову інформацію з глобального інформаційного поля Всесвіту, яке містить в своєму інформаційному банку всі мислимі знання і процеси².

Це, звичайно, або груба помилка, або чергове інформаціологічне шарлатанство. Ми повинні дуже строго розмежувати те, що ми можемо одержувати в інформаційному відношенні із зовнішнього світу «в готовому вигляді», і те, що ми вимушені завжди проводити самі.

¹ *Винер Н.* Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. — М., 1968. — С. 34.

² *Ажажа В. Г., Белімов Г. С.* К вопросу об информационной первооснове микро и макромиров Вселенной // *Философские науки.* — 2001. — № 1. — С. 12–18.

Поза сумнівом, що саме в результаті нашого речовинно-енергетичного обміну із зовнішнім світом, ми збагачуємося ще й тим, що можна назвати інформацією про цей світ (але також і про нас самих як учасників цього обміну, і про самі процеси нашої взаємодії із зовнішнім світом), але ця інформація в більшій і ціннішій своїй частині утворюється саме в нас самих, а не виходить нами ззовні. Інакше кажучи, інформацію про зовнішній світ ми в основному виробляємо самі, хоч і не без деякої початкової участі зовнішнього світу в цьому специфічному виробництві.

Як і всяке матеріальне тіло, наше тіло здатне сприймати в себе сліди від зовнішньої фізичної дії на нас від інших матеріальних тіл і процесів, воно здатне також зберігати (запам'ятовувати) ці сліди і накопичувати їх. Інакше кажучи, наше тіло, як і всяке матеріальне тіло, здатне бути приймачем і носієм інформації. Проте ця інформація (її можна назвати первинною інформацією) складає лише дуже малу і вельми незначну частину всієї тієї інформації, яку має в своєму розпорядженні свідомість окремої людини, навіть і крім тієї маси інформації (ще значнішої), яка одержана нею не від зовнішнього світу безпосередньо, а від інших людей (у тому числі і від тих, що вже пішли з цього світу). Навіть і крім цієї, соціальної за походженням, інформації кожна окрема людина виробляє, в інформаційному відношенні, багато чого такого, авторство (джерело) чого не можна приписати самому по собі зовнішньому світу.

Щоб пояснити сенс цього твердження, можна, на наш погляд, провести наступну аналогію між речовинно-енергетичними і інформаційними процесами, що протікають усередині нашого тіла і свідомості. Подібно тому, як наш організм розкладає складні живильні речовини, що одержуються ним ззовні, на їх простіші компоненти, з яких потім знов синтезуються складні речовини, але вже такі, які відповідають природі саме нашого організму, так само, мабуть, і інформаційні сліди, що одержуються нами ззовні і накопичувані в нашій пам'яті, розкладаються (аналізуються) потім нашою свідомістю на їх простіші елементи (абстракції), з яких потім

знову синтезуються складніші інформаційні утворення (образи, уявлення, поняття і т. д.), але вже такі, які відповідають потребам і природі саме самої нашої свідомості. В результаті виходить, що, хоча початковий матеріал в обох цих випадках черпається нами ззовні, він не залишається, в той же час, усередині нас в своїй початковій (природній) формі, але піддається складній і доцільній переробці, в результаті якої і продукуються, в одному випадку, нові речовини, а в другому, — нова інформація (нове знання).

При всій грубості і приблизності цієї аналогії, вона дозволяє, з нашої точки зору, все-таки, зрозуміти, що інформація в людській свідомості не тільки і не стільки виробляється й накопичується, скільки виробляється з одержаного нами ззовні матеріалу в результаті роботи над нею самої нашої свідомості.

Причому, ця переробка інформації в свідомості людини буває не одного, а декількох принципово різних типів, що приводять до утворення принципово різних інформаційних продуктів, які становлять потім зміст нашої свідомості.

Розглянемо спочатку тільки теоретичну частину цього змісту, тобто тільки ту частину його, яка володіє властивостями бути істинною або помилковою. Безпосередньо від зовнішнього світу в цій частині нашої свідомості одержані тільки сліди відчуття, сприйняття і, якоюсь мірою, уявлення. Але вся інша — власне теоретична, понятійна — частина цього змісту вироблена самою людською свідомістю, а не одержана нею в готовому вигляді ззовні. Більше того, навіть і велика частина відчуттів, сприйняття і уявлень (наприклад, всі відомості про мікро- й мегасвіт) ніколи не була б одержана людиною, не володів вона активно-теоретичними здібностями свого відношення до зовнішнього світу.

Інакше кажучи, людина не тільки і не просто «перекачує» вже готову інформацію із зовнішнього світу собі «в голову», але в процесі речовинно-енергетичного обміну із зовнішнім середовищем виробляє і запам'ятовує свої власні образи, уявлення, поняття і т. д. про цей процес, що і складає в основному багаж її особистого досвіду (її «власну інформацію»).

Цю, вироблену на основі первинної, але вироблену при цьому самою людиною, інформацію можна назвати вторинною інформацією (при цьому вона може бути, умовно кажучи, і «третинною», тобто виробленою на основі вторинної, і «чвертковою» і т. д.).

Людина, зазвичай, не може проводити цю інформацію (зміст свідомості), взагалі не вступаючи в речовинно-енергетичний обмін з середовищем (без чого вона не може і просто існувати), але й зовнішній світ без істот, здатних відчувати його, сприймати, уявляти представляти, розуміти і т. д. не здатний сам по собі породити такої інформації і не породжує її. Велика частина такої (вторинної) інформації — це плід і продукт активної діяльності саме самих розумних істот. Не природа є автором (джерелом) наших теорій про неї, а Аристотель, Ейнштейн, Дарвін і т. д. І одержати такого роду інформацію про природу шляхом якогось «прочитування» її з якихось «інформаційних банків Всесвіту» в готовому вигляді просто не можна. Такого роду інформація може бути тільки проведена свідомістю самої людини, і процес цей носить активний і принципово творчий, а не репродуктивний характер.

Отже, людська свідомість, навіть і у власне теоретичному (відображувальному) процесі не тільки сприймає, але і виробляє інформацію про зовнішній світ (правда, така, вироблена нею самою, інформація має потребу потім в особливій перевірці й відборі).

Проте, далеко не все, вироблене людською свідомістю в інформаційному відношенні має сенс тільки відображення предметів і процесів зовнішнього світу. Статусом результатів відображення володіє тільки теоретична (наукова в широкому сенсі) інформація. Отримання такого роду нової й оригінальної інформації називається відкриттям.

Проте, окрім відкриття, людська свідомість здібна ще і до винаходів, тобто до отримання (виробництва) знання про те, як можна (технічне знання) або який повинно (етико-морально-правове знання) робити або зробити щось. Такого роду інформацію (знання і свідомість) у філософії прийнято називати практичним знанням. Його змістом є сукупність ідеалів

і норм, вироблених в результаті тривалого історичного розвитку даного, конкретного соціуму. Принципова зміна цих ідеалів і норм здійснюється в ході політичних революцій.

Як теоретичне знання (теорія) саме собою не виходить з чуттєвого досвіду (з образів сприйняття і із знання фактів), так, у ще більшому ступені, і практичне знання саме собою не виходить з теоретичного — його повинно бути винайдено числом-небудь свідомістю і завжди має конкретного автора. Знання, наприклад, навіть і всієї теорії механіки принципово недостатньо для винаходу, наприклад, велосипеда. Так само і знання того, який цей світ насправді, принципово недостатньо для вироблення знання про те, яким він повинен бути.

У тому ж ступені це відноситься й до художніх творів, що є за своєю природою теоретично-практичними. Ці твори не тільки і не просто освічують свідомість, але також можуть і розважати і виховувати її. У них завжди є конкретний автор, що є оригінальним джерелом такого роду інформації. Зовнішній же світ по відношенню до таких творів відіграє роль лише своєрідного співавтора (постачальника сирого матеріалу).

Таким чином, ми можемо виділити наступні чотири основні види інформаційних продуктів нашої свідомості, що принципово відрізняються один від одного як за технологією свого отримання, так і по своєму призначенню і характеру використання. Це, по-перше, наукові (теоретичні) інформаційні продукти; по-друге, технічні (інноваційні) інформаційні продукти; по-третє, нормативні (ідеологічно-правові) інформаційні продукти; і, по-четверте, художні інформаційні продукти. Виробництвом цих продуктів в суспільстві зайняті, відповідно, наука (емпірично-експериментальна і теоретична), техніка (інженерія), ідеологія (вся нормативно-правова сфера) і мистецтво (у всіх його жанрах і формах). При цьому очевидно, що якщо перші два види інформаційного виробництва, у принципі, мають сенс і для окремого індивіда, що розглядається безвідносно до його соціального оточення, то другі два види його інформаційної творчості (ідеологія і мистецтво) поза суспільством втрачають будь-який сенс і, отже, є соціальними по своїй внутрішній природі.

Отже, людина (як окремий індивід) є найбільш складним і досконалим 1) приймачем і носієм, 2) користувачем і 3) джерелом (автором) теоретичної, практичної і художньої інформації, що в сукупності складає її другу природу — особисту культуру. Людина спочатку розвивалася в ході еволюції як істота, найбільш пристосована до сприйняття, зберігання й використання інформації, як зовнішньої, так і ще більшою мірою внутрішньої, такої, що виробляється самою людською свідомістю. Тому і в матеріальній взаємодії людей один з одним інформація із самого початку відіграє величезну і все більш зростаючу роль.

Оскільки саме використання інформації дозволяє людині перемагати своїх конкурентів у боротьбі за речовину й енергію, то й усередині людського суспільства не тільки обмін речовиною і енергією, але і обмін інформацією (різні форми спілкування) є одним з найфундаментальніших обмінів, що скріплюють безліч окремих людських індивідів в єдине (соціальне) цілу.

Найбільш цінна інформація, вироблювана окремими індивідами, в результаті інформаційних обмінів і вдосконалень її безліччю інших індивідів одержує, врешті-решт, в тому або іншому суспільстві найбільш широке розповсюдження і визнання її як загальної культури, що становить основу — свого роду, інформаційно-культурний базис — життєдіяльності даного соціуму.

Ця інформація (культура) стає на певному етапі розвитку суспільства обов'язковою умовою ухвалення конкретних індивідів як повноцінних членів даного суспільства (або його окремих спеціалізованих сфер і сфер діяльності). Привиття індивідам цієї базисної культури — теоретичної, технічної, нормативно-правової і художньої культури, — тобто соціалізація індивідів, стає з часом функцією особливих соціальних інститутів — сім'ї, церкви, школи, університету, ЗМІ і т. д.

Тому, людина в суспільстві, з одного боку, виступає як творіння його культури, оскільки засвоєння нею еталонів, що зберігаються в культурі, норм, традицій, знань визначає її поведінку й діяльність, забезпечує її повноцінне включення

в багатоманітні соціальні зв'язки. Але, з іншого боку, людина ж є і творцем не тільки своєї особистої, але й загальної, соціальної культури, оскільки вирішуючи поставлені перед нею в суспільстві завдання, вона здатна, спираючись на минулий соціальний досвід, що почерпнула з культури, створювати нові еталони, норми, традиції, знання і таким шляхом породжувати нові феномени і стани культури.

В. Стюпіним запропонована оригінальна модель, що ідеалізується, описує систему цих інформаційно-культурних взаємовідносин і процесів у суспільстві. Уявимо собі, — пише він, — всю інформацію, яка утворює культуру суспільства на певному етапі його історичного розвитку, записаної на деякій інформаційній стрічці, на кшталт того, як записуються інформаційні програми в комп'ютерних системах. Знаки (стани) на цій стрічці представлятимуть різні соціокоди, необхідні для регуляції й відтворення відповідних феноменів і підсистем соціального життя¹. Тоді зростання інформації на «стрічці культури» відповідатиме появі нових соціокодів і їх нових сенсів, що означає зміну й розвиток культури.

Оскільки нові стани і феномени культури не виникають поза людською творчістю, потрібно ввести уявлення про інформаційні структури, в яких реалізуються стани свідомості і підсвідомості окремих індивідів. Ці структури представлені нейродинамічними кодами, що виникають в мозку в результаті відображення внутрішніх станів організму й зовнішнього (природного й соціального) середовища. Їх також можна умовно зобразити у вигляді «інформаційної стрічки», на якій записана вся індивідуально значуща інформація кожної людської особини. Частина цієї інформації забезпечує соматичну регуляцію, частина її відповідає соціальним аспектам життєдіяльності індивіда, його особистому соціальному досвіду. Між «індивідуальною інформаційною стрічкою» і «стрічкою культури існують прямі і зворотні зв'язки. Перекодування інформації з культури на «індивідуальну стрічку» постає

¹ *Степин В. С.* Философская антропология и философия науки. — М.: Наука, 1992. — 400 с.

як навчання й виховання індивіда, його програмування попереднім соціальним досвідом. У свою чергу, вирішуючи ті або інші задачі в процесі діяльності, включаючись в різні соціальні зв'язки, реалізуючи свої цілі, індивід набуває нового досвіду, який фіксується у вигляді приросту інформації на «індивідуальній стрічці». Ця нова інформація, що виникла в результаті актів індивідуальної творчості, у низці випадків може бути перекодована і записана на «стрічку культури». Таке перекодування означає появу в культурі нових семіотичних утворень, що фіксують нову інформацію. Тим самим індивідуальний досвід суб'єкта переростає в соціальний досвід і починає активно впливати на поведінку і діяльність інших індивідів.

Зрозуміло, — підкреслює В. Стьопін, — не всякий стан індивідуального досвіду переноситься на «стрічку культури». По-перше, потрібно, щоб цей досвід був соціально значущим, відповідав завданням, поставленим суспільством. По-друге, нова інформація, що одержується суб'єктом, повинна бути оригінальною і не дублювати вже наявні в культурі утворення (повторне відкриття диференціального числення може бути відкриттям для індивіда, але не для суспільства). По-третє, процес перекодуваної нової інформації, придбаної індивідом, і її «запис» на «стрічку культури» повинні задовольняти визначеним способам і нормам кодування і трансляції соціального досвіду, що історично склалися. Наприклад, індивідуальне бачення художника стає феноменом культури лише тоді, коли воно виражене в системі відповідної мови мистецтва, нова наукова теорія повинна бути представлена у вигляді тексту, задовольняючого прийнятим в науці стандартам викладу тощо.

Перетворення особових осяянь і фантазій в культурні феномени завжди вимагає вирази станів індивідуальної свідомості у формах мови, специфічної для тієї або іншої сфери культури, що історично розвиваються (науки, мистецтва, релігії і т. п.). Процес же такого виразу — це завжди муки творчості¹.

¹ Там само.

Запропонована В. Стьопіним інформаційно-культурна модель суспільства добре узгоджується з розвиненими нами вище уявленнями про устрій і значущість для людини й суспільства інформаційних процесів.

У цілому, узагальнюючи сучасні уявлення про інформаційні комунікації, можна погодитися з точкою зору В. Горового й констатувати, що¹:

- вони первинною своєю основою мають інформаційний ресурс, що забезпечує функціонування виробничих відносин, і залежать як від їхнього рівня розвитку, так і від розвитку відповідних продуктивних сил;
- метою їх функціонування є об'єднання необхідних для існування суспільства видів діяльності, координація в його інтересах цілеспрямованої діяльності наявних соціальних інститутів, окремих членів суспільства, забезпечення необхідного внутрішньо-суспільного обміну результатами матеріального та духовного виробництва;
- сприяють формуванню інформаційної бази — як основи всіх видів суспільної діяльності;
- схема функціонування соціальних інформаційних комунікацій включає в себе двох або ж будь-яку зацікавлену множину суб'єктів, кожен з яких може, у свою чергу, містити у собі окрему людину, групу людей, а також інформацію у вигляді об'єкта, що передається й приймається під час спілкування. У соціальних інформаційних комунікаціях об'єктом є соціальна інформація — та інформація, що функціонує в суспільстві;
- засобами передавання соціальної інформації в комунікаціях можуть бути будь-які з відомих на сьогодні матеріальних носіїв інформації до носіїв електронної інформації включно, а також технічні та інші пристрої, що забезпечують доставку інформації на тих чи інших носіях;

¹ Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / Наук. ред. Л. А. Дубровіна. — К.: НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2010. — С. 51.

- формами передавання інформації є всі вироблені практикою соціального інформування жанри електронної інформації, друкованого слова, мови, науки, всіх видів мистецтв тощо.

2.2. Комунікації в інформаційно-культурному континуумі

Комунікацію можна вважати необхідною й загальною умовою життєдіяльності людини і однією з фундаментальних основ існування суспільства. Тому, останнім часом інтерес до комунікації з боку представників самих різних наукових напрямів зріс. Історія суспільної думки свідчить, що філософи і соціологи, політологи і культурологи, психологи і педагоги, лінгвісти і журналісти завжди в тій чи іншій мірі зверталися до проблем людського спілкування. Комунікація в перекладі з латини означає «робити загальним, зв'язувати, спілкуватися». Ще в XIX ст. комунікація зазвичай розглядалася в її інженерно-технічному значенні як «шляхи, дороги, засоби зв'язку» (В. Даль), військово-інженерні комунікації. На початку XX ст. цей термін був введений в широкий науковий обіг і набув свого соціального значення. Комунікацією є і безпосередня бесіда, і телепередача, і передача сигналів з супутника на Землю, і наш зовнішній вигляд тощо. Перелік цих проявів є дуже широким, тому різноманітність визначень комунікації є не випадковою.

Існує безліч визначень комунікації, найбільш поширеними з яких є: комунікація — механізм, за допомогою якого забезпечується існування і розвиток людських відносин, що включають усі мислительні символи, засоби їх передачі у просторі і збереження в часі (Ч. Кулі);

- комунікація — обмін інформацією між складними динамічними системами і їх частинами, які в змозі приймати інформацію, накопичувати її, перетворювати (А. Урсул);
- комунікація — в широкому сенсі соціальне об'єднання індивідів за допомогою мови або знаків, встановлення

загальнозначущих наборів правил для різної цілеспрямованої діяльності (К. Черрі);

- комунікація — інформаційний зв'язок суб'єкта з тим або іншим об'єктом — людиною, твариною, машиною (М. Каган).

Стосовно досліджуваної нами царини особливо важливими є два аспекти використання даного поняття. По-перше, поняття комунікації застосовується, коли необхідно сказати про процес передачі інформації, який включає такі складові, як відправник повідомлення, канали, зміст, адресат, ефективність, зворотний зв'язок і деякі інші. По-друге, воно застосовується для позначення акту спілкування між людьми за допомогою передачі символів, метою якого є взаєморозуміння.

Виникає проблема співвідношення понять «комунікація» і «спілкування». Спілкування — поняття, яке давно й міцно затвердилося в науці. І виникає питання, чи не позначає термін «комунікація» те ж коло явищ, що й поняття «спілкування». В результаті визначилися наступні підходи до вирішення цієї проблеми.

Перший підхід полягає в ототожненні цих понять. Його дотримуються — Л. Виготський, В. Курбатов, А. Леонтьєв та інші. На підставі історико-лінгвістичних досліджень класичних і сучасних значень цих термінів вказані представники приходять до висновку, що етимологічно і семантично терміни «спілкування» і «комунікація» є тотожними.

Аналогічних поглядів дотримуються Т. Парсонс і К. Черрі. На думку Т. Парсонса, комунікацію можна розглядати як спілкування, взаємодію між людьми. «Оскільки комунікація є частиною соціального простору, остільки, — пише Т. Парсонс, — особи діють в рамках ролі, природа якої залежить від її відносин з актуальними реципієнтами повідомлення, і від джерел, з яких вона одержує комунікативний зміст»¹. Згідно з Т. Парсонсом, у процесі комунікації взаємодіють декілька елементів: 1) дія актора та/або носія повідомлення; відповід-

¹ Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношение // Американская социологическая мысль. — М., 1996. — С. 468.

на реакція реципієнта; 3) зміст комунікативного процесу; 4) взаємні ролі, що зв'язують учасників комунікативної взаємодії.

К. Черрі відзначає, що комунікація — «це по суті соціальне явище», «соціальне спілкування» з використанням численних систем зв'язку, вироблених людьми, серед яких головними, «поза сумнівом, є людська мова»¹.

Другий підхід пов'язаний з розмежуванням понять «комунікація» і «спілкування». Саме таку точку зору висловлює М. Каган. Він вважає, що комунікація і спілкування розрізняються у двох головних відносинах. По-перше, спілкування має і практичний, матеріальний, і духовний, інформаційний, і практично-духовний характер, тоді як комунікація є чисто інформаційним процесом — передачею тих або інших повідомлень. По-друге, вони розрізняються за характером самого зв'язку вступаючих у взаємодію систем. Комунікація є суб'єкт-об'єктний зв'язок, де суб'єкт передає якусь інформацію (знання, ідеї, ділові повідомлення, фактичні відомості, вказівки і т. д.), а об'єкт виступає як пасивний одержувач (приймач) інформації, який повинен усього лише її прийняти, зрозуміти (правильно декодувати), добре засвоїти і відповідно до цього вчиняти. Комунікація, таким чином, на думку М. Кагана, є процесом однонаправленим: інформація передається тільки в один бік, тому у принципі не має великого значення, є приймачем людина, тваринний або технічний пристрій. Якщо можна замінити першу останнім, це й робиться (наприклад, в автоматично діючих космічних лабораторіях або саморегульованих технічних системах)².

Спілкування, навпаки, є суб'єкт-суб'єктний зв'язок, при якому «немає відправника і одержувача повідомлень — є співбесідники, співучасники загальної справи». У спілкуванні інформація циркулює між партнерами, оскільки вони є рівноактивними, отже, процес спілкування, на відміну від

¹ Черри К. Человек и информация. — М.: Связь, 1972. — С. 23–24.

² Каган М. С. Мир общения. — М.: Политиздат, 1988. — 319 с.

комунікації, носить двонаправлений характер. Комунікація є монологічною, спілкування — діалогічне¹.

Крім того, в рамках другого підходу висловлюється точка зору, згідно з якою спілкування — одна з форм комунікативної діяльності. В основі виділення цих форм лежать цільові установки партнерів по комунікації. Таким чином, виникають три варіанти відносин учасників комунікації:

- 1) суб'єкт-суб'єктне відношення у вигляді діалогу рівноправних партнерів. Така форма комунікації і є спілкування;
- 2) суб'єкт-об'єктне відношення, властиве комунікативній діяльності у формі управління, коли комунікатор розглядає реципієнта як об'єкт комунікативної дії, засіб досягнення своєї мети;
- 3) об'єкт-суб'єктне відношення, властиве комунікативній діяльності у формі наслідування, коли реципієнт цілеспрямовано вибирає комунікатора як зразок для наслідування, а останній при цьому може навіть не усвідомлювати своєї участі в комунікативному акті.

Типовим способом реалізації комунікативного спілкування є діалог двох співбесідників; управління й наслідування — монолог в усному, письмовому або пантомімічному (поведінковому) вигляді. У даному випадку комунікація розглядається як поняття ширше, аніж спілкування.

Інваріантом більшості визначень комунікації виступає поняття інформації або інформаційного обміну. Нас цікавитиме соціальна інформація, оскільки вона є вищим, найбільш складним і багатоманітним типом інформації і завжди пов'язана з людським суспільством.

Соціальна інформація — це інформація, циркулююча в соціальних системах, у соціальному управлінні. Вона є знаннями, повідомленнями, відомостями про соціальну форму руху матерії і про всі інші її форми у тій мірі, у якій вони використовуються суспільством, людиною, залучені в орбіту суспільного життя.

¹ Там само: С. 143–146.

Формуюча й використовуюча соціальну інформацію людина є головним компонентом будь-якої соціальної системи, основним суб'єктом і об'єктом управління, є істотою суспільною, належить до конкретного суспільства.

Оскільки в даній роботі йтиметься тільки про соціальну інформацію, тобто про ту, про яку є сенс говорити, лише маючи на увазі людське суспільство, ми використовуватимемо слово «інформація», маючи на увазі словосполучення «соціальна інформація».

Найвні в науці точки зору на істоту поняття інформації достатньо повно систематизував Ф. Махлуп. У його викладенні різні точки зору зводяться до наступних:

- 1) інформація є процесом передачі знань, сигналу або повідомлення;
- 2) інформація є поточними даними про змінні величини в якійсь царині діяльності, систематизованими відомостями щодо основних причинних зв'язків, які містяться в знанні як понятті більш загального класу, по відношенню до якого інформація є підпорядкованою;
- 3) інформація є знання, що передані кимось іншим або придбані шляхом власного дослідження або вивчення;
- 4) інформація є знання про якусь особливу подію, випадок або про що-небудь подібне.

Якщо розглядати інформацію лише як відомості, якими обмінюються люди, то необхідно визнати ширший характер поняття «спілкування», що включає разом з інформаційною стороною взаємодії людей його інтерактивну й перцептивну сторони. Але якщо розглядати інформацію як атрибутивну властивість матерії, міру її організації, відображення різноманітності в явищах живої й неживої природи, то тоді будь-яку взаємодію в матеріальному світі можна описати в термінах комунікації. У даному випадку поняття «комунікації» стає ширшим, аніж поняття «спілкування». При цьому інформаційний обмін (комунікація) є можливим лише тоді, коли взаємодіючі системи: а) володіють деякою співрозмірністю, тобто взаємопов'язаністю рівнів свого розвитку; б) розрізняються ступенем упорядкованості своїх структур, тобто володіють

різницею своїх інформаційних потенціалів (не може бути інформаційного обміну між тотожними системами).

Третій підхід заснований на понятті інформаційного обміну. До нього схиляються ті, хто вважає, що спілкування не вичерпує всіх інформаційних процесів у суспільстві. Ці процеси охоплюють весь суспільний організм, пронизують всі соціальні підсистеми, присутні в будь-якому фрагменті суспільного життя, причому далеко не завжди набувають словесних форм, мови або тексту. Навпаки, повідомлення у вербальному (словесному) вигляді складають лише невелику частину інформаційного обміну в суспільстві, — в решті випадків обмін інформацією здійснюється в немовних формах, а її носіями служать не тільки невербальні сигнали (міміка, жести, інтонація тощо), але й речі, предмети, матеріальні носії культури. Останні дозволяють передавати інформацію в просторі і в часі. Саме «спілкування» позначає тільки ті процеси обміну інформацією, які є специфічно людською діяльністю, направленою на встановлення й підтримку взаємозв'язку і взаємодії між людьми і здійснюються, перш за все, вербально, за допомогою мови (або тексту). Всі інформаційні процеси в суспільстві позначаються терміном «соціальна комунікація».

Соціальна комунікація — це соціально обумовлений процес міжособового й масового спілкування, в рамках якого формуються індивідуальні та групові комунікативні установки, реалізація яких відбувається в конкретних соціальних умовах за допомогою комунікативних засобів (вербальних і невербальних).

Соціальна комунікація в ході свого здійснення вирішує наступні основні задачі:

- інтеграція окремих індивідів у соціальні групи й спільноти, а останніх — в єдину і цілісну систему суспільства;
- внутрішня диференціація суспільства, його складових, спільнот, соціальних організацій та інститутів;
- відокремлення й відособлення суспільства і різних груп, спільнот один від одного в процесі їх спілкування і взаємодії, що приводить до глибшого усвідомлення ними своєї специфіки, до ефективнішого виконання властивих їм функцій;

- створення передумов і основних компонентів для підготовки, ухвалення і здійснення управлінських рішень.

Звернемо увагу на деякі особливості соціальної комунікації: публічний характер і відкритість; обмежений і контрольований доступ до засобів передачі; опосередкованість контактів передаючих і приймаючих сторін; певне «нерівноправ'я» у відносинах передаючих і приймаючих сторін; численність адресатів повідомлення. Таким чином, за допомогою поняття «соціальна комунікація» описують процес виробництва і доведення повідомлень до аудиторії за допомогою телебачення, радіо, друку, кінематографа, Інтернету та інших засобів. У зв'язку з цим, широко використовується поняття «засобу масової комунікації» — ЗМК. Засоби масової комунікації займають середнє проміжне положення в комунікаційному ланцюжку відправник — канал — одержувач повідомлення.

Існують різні моделі комунікації. Моделлю комунікації зазвичай називають абстрактне представлення процесу комунікації, що виражає взаємозв'язок його основних елементів. Розглянемо два основні способи бачення соціальної комунікації, які одержали своє концептуальне оформлення в моделях соціальної комунікації.

Перший тип моделі відноситься до так званих «трансмісійних», передаючих. Акцент робиться на тому, що соціальна комунікація — це, перш за все, процес передачі інформації (часто однонаправлений) від передавача до приймача.

Моделі другого типу визначаються як «символічні» — основним тут є уявлення про соціальну комунікацію як акт спілкування, деякий «символічний» обмін, в який сторони, що передають і приймають, включені в більш менш рівному ступені.

В цілому, сутність відмінностей, що виявляється в моделях соціальної комунікації, можна визначити як відношення до питання: чи є соціальна комунікація «дзеркалом суспільства», «вікном у світ», або вона здійснює вплив на цінності, установки і поведінку людей?

Початкові передумови для моделей першого типу були пов'язані з науковими працями основоположника сучасної

математичної теорії зв'язку К. Шеннона і його колег. Комунікація зображається ним як лінійний і однонаправлений процес, який включає п'ять функціональних і один дисфункціональний (шум) чинників. Важливо, що запропонований погляд на комунікацію був значною мірою обумовлений практичними проблемами, які припускав вирішити К. Шеннон. У центрі уваги була проблема ефективності каналів передачі інформації. Для цього необхідно було визначити, який тип каналу комунікації забезпечує проходження максимальної кількості сигналів; яка частина сигналів спотворюється на шляху від передавача до приймача за рахунок впливу шумів.

В ході роботи дослідники розглядали три групи проблем. По-перше, це технічна проблема точності передачі символів комунікації; по-друге, — проблема семантики, тобто того, в якому ступені передані символи доносять сенс повідомлення; по-третє, це проблема ефективності: як вплинуло повідомлення на поведінку індивіда його що приймає.

Модель К. Шеннона послужила підставою для великої кількості розробок у царині теорії комунікації, її аналоги широко використовувалися в науках про поведінку й мову.

Ведучи мову про недоліки моделі К. Шеннона, зазвичай відзначають відсутність у ній зворотного зв'язку, під яким розуміються різні процеси, за допомогою яких комунікатор одержує інформацію про те, якою мірою і з якою якістю адресат одержав повідомлення. Тут також практично не беруть до уваги особливості соціального (культурного й політичного) контексту, в якому відбувається комунікація.

Один з поширених поглядів на соціальну комунікацію полягає у вивченні зробленого ними ефекту. У 1948 р. відомий американський дослідник Г. Лассвелл писав: «Адекватним способом опису акту є відповіді на питання: по якому каналу; кому; з яким ефектом?»¹. У даному випадку комунікація розглядається, перш за все, як процес переконання. На прикладі

¹ Lasswell H. D. «The structure and function of communication in society» in Bryson. The Communication of Ideas. — N. Y.: Harper and Brothers, 1948. — 343 p.

формули Г. Лассвелла видно основні особливості моделей комунікації «трансмисійного» типу, в яких завдання відправника повідомлення полягає у впливі на приймаючу сторону. Тобто, повідомлення повинне мати певний ефект.

В рамках «символічної» моделі передбачається відмова від розгляду комунікації як лінійного процесу. При цьому, на перший план виходять проблеми значення й розуміння, діалогічності, соціокультурного контексту, в якому комунікація здійснюється. Тут символ трактується як ключовий елемент культури. Культура при цьому розуміється як сукупність значень, втілених в символічних формах, включаючи дії, вислови і значущі об'єкти різного роду. За допомогою цих форм індивіди спілкуються один з одним, обмінюючись досвідом, розділяючи уявлення й цінності. Таким чином, основним завданням аналізу комунікації є пояснення значень, втілених в символічних формах. Відмінною рисою цього підходу є пошук «сенсів», що народжуються в процесі комунікації; того, які інтерпретаційні схеми використовуються учасниками інформаційного обміну. Достатньо вдало, на наш погляд, це відображено в моделі комунікації В. Шрама¹.

У моделях даного типу вивчаються проблеми «кодування» й «декодування», поза якими неможлива комунікація як одна з форм соціальної взаємодії. У технічному плані під кодуванням зазвичай розуміється переклад повідомлень на мову (або в коди), необхідну для процесу передачі. декодування припускає зворотний переклад — відновлення сенсу повідомлення після його прийому.

Якщо говорити про «людську» складову кодування й декодування, то важливо взяти до уваги інтерактивну природу комунікації. Беручи участь в акті комунікації, індивід створює повідомлення, кодує його (переводить у форму, можливу для передачі), декодує відповідь. Важливою умовою успішної комунікації є «перетин» простору соціального досвіду тих, що взаємодіють. Таким чином, кодування й декодування при-

¹ Див., наприклад: *Watson J. Media Communication. An Introduction to Theory and Process.* — London: Macmillan Press, 1999. — P. 37.

пускає постійний процес інтерпретації суб'єктів комунікації, що відбувається в конкретному соціокультурному контексті. Саме на це робиться акцент в моделях «символічного» типу.

У «символічній» моделі суб'єкту відводиться значно самостійніша роль, аніж в моделі «трансмисійній».

Після визначення поняття і моделей соціальної комунікації розглянемо структуру цього суспільного явища з позиції системного підходу. Поняття системи є однією з найважливіших категорій сучасної науки. Виникнення загальної теорії систем сходять до кінця ХХ століття. Найбільш відомими спробами створення теоретико-системних концепцій загального характеру є «тектологія» О. Богданова, «загальна теорія систем» Л. Берталанфі, «функціональна теорія організації» М. Серова та ін.

Системою В. Афанасьєв називає «цілісне утворення, що володіє новими якісними характеристиками, які не містяться у створюючих його компонентах»¹. В результаті об'єднання елементів в систему виникають нові організаційні структури, що володіють спеціальними «системними властивостями»². Системний підхід розглядає комунікацію як систему, в якій присутні джерело, передавач, канал, одержувач, місце призначення, шум. Комунікація означає, що джерело інформації вибирає бажане повідомлення, передавач кодує повідомлення в сигнали, а одержувач перетворює сигнали в повідомлення. Успіх інформаційної передачі залежить від здатності точно одержати повідомлення в місці призначення. Проблемами інформаційної передачі є: надмірність (повторення, копіювання інформації); шум (будь-яке спотворення, яке виникає при передачі сигналу від джерела до місця призначення); зворотний зв'язок (коректуюча інформація від одержувача).

Категорія зворотного зв'язку характеризує принцип побудови системи соціальної комунікації, що дає можливість вра-

¹ *Афанасьев В. Г. Общество: системность, познание и управление.* — М.: Политиздат, 1981. — С. 18.

² *Мусеев Н. Н. Восхождение к разуму.* — М.: Политиздат, 1993. — 175 с.

ховувати різницю між метою дії і її результатом. Це дозволяє оцінювати поточний стан керованої підсистеми, а потім на основі одержаних відомостей видавати корекційні команди. Проблема достовірності інформації пов'язана з неспівпаданням інтересів і цілей окремих елементів системи комунікації, тому виникає свідоме або мимовільне спотворення відомостей. Вирішення цієї проблеми включає: виховання відчуття відповідальності; введення каналів перевірки й контролю; встановлення санкцій на випадок виявлення спотворень. В даний час підкреслюється, що система соціальної комунікації є складним утворенням. Такий погляд на систему соціальної комунікації необхідний для аналізу механізмів її функціонування, що дозволило б ясніше побачити процеси, що відбуваються в суспільстві і в людині.

Серед трьох підходів до дійсності і до вивчення складних систем, що виникли останнім часом: кібернетичного, синергетичного й інформаційного — найбільш універсальним І. Новік і А. Абдуллаєв вважають інформаційний, оскільки концепція інформації «як об'єктивної сутності, об'єднуючої в собі матеріальне (фізичне) й ідеальне» приводить до розуміння дійсності як «інформаційної реальності», або «інформаційного світу»¹. І. Новік, визначаючи інформаційний підхід як «розгляд системи під кутом зору протікання в ній процесів вироблення, зберігання й передачі інформації», знаходить в системності інформаційних процесів три аспекти: 1) онтологічний (відображення реальних систем); 2) семантичний (розкриття інформаційних процесів через аналіз елементів); 3) прагматичний (використання інформації заради деякої мети)².

Достатньо важко визначити чіткі межі між усіма трьома аспектами, але в цьому прагненні до інтеграції й універсальності полягає особливість інформаційного підходу.

¹ Новік И. Б., Абдуллаев А. Ш. Введение в информационный мир. — М.: Наука, 1991. — 228 с. — С. 5.

² Системная концепция информационных процессов. — Вып. 3. — М.: Всесоюзный НИИ системных исследований, 1988. — С. 20.

Розгляд соціальної комунікації в світлі всіх трьох аспектів дозволяє краще уявити її як цілісний об'єкт дослідження. Те, що система соціальної комунікації «наповнена» інформацією, не викликає сумнівів, — проблема полягає в тому, щоб зрозуміти, яким чином вибудовується ця інформація в ній. Інформація в процесі комунікації відображає зміст зв'язку між взаємодіючими об'єктами системи суспільства, що приводить до змін інформаційного змісту цих об'єктів. Взаємодії в суспільстві вельми різноманітні, це обумовлюється багатьма причинами, перш за все, складною соціальною структурою.

Такий широкий спектр феномена взаємодії приводить до необхідності його типологізації. Навіть найбільш загальна схема при цьому виявляється достатньо заплутаною, вона включає взаємодії: між протилежними елементами одного роду; між тотожними елементами; між різними елементами. Суспільство припускає взаємодії: 1) між двома індивідами; 2) між індивідом і групою; 3) між двома соціумами. При цьому у всіх цих випадках обов'язково присутній зворотний зв'язок, усі зв'язки в суспільстві здатні шикуватися в певні варіанти, а комбінація цих варіантів визначає синхронний зріз суспільства.

Звернувшись до загальної схеми, ми залишили осторонь такий складний механізм, як психіка і витікаючу з психологічної суті суспільства складніше інформаційну взаємодію між особистістю й суспільством. У всі віки відношення саме між цими двома феноменами хвилювали філософів. Наприклад, П. Сорокін зупиняється на міжособистісних зв'язках, пропонує наступну класифікацію: 1) між двома індивідами; 2) між трьома індивідами; 3) між більш ніж трьома індивідами; між одним індивідом і багатьма; 5) між багатьма й багатьма¹.

У ситуації існування величезної кількості взаємодій неможливо розглядати кожен конкретну з них поза впливом інших, при цьому для суспільства важливо враховувати їх характер, форму, а також відрізок часу, в якому вони існують.

¹ Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. — М.: Политиздат, 1992. — 543 с.

Специфіка взаємодії всередині суспільства багато в чому пов'язана з інформацією. Багато авторів підкреслюють вищий рівень інформаційної взаємодії над іншими типами взаємодії. Це пояснюється тим, що «на порівняно слабкий вплив ззовні система відповідає реакцією, енергетична потужність якої багато разів вище за енергію впливу, енергію сигналу»¹. Результат несилового інформаційного впливу може набагато перевершувати результати силових дій.

Інформаційний підхід, що трактує інформацію широко, дозволяє поглянути на даний феномен з усіх боків і простежити всі його функції (соціальну, когнітивну і т. д.). Комунікація включає суб'єкт, об'єкт і канал зв'язку. Це найпростіша схема, яка у кожному конкретному випадку набуває складного характеру.

Роль суб'єкта в системі суспільства завжди припускає наявність творчого аспекта. Зрозуміло, не завжди в суспільстві суб'єкт виступає як творець, він може бути простим транслятором інформації, та все ж статус творця тут — вищий статус. Накопичуючи протягом життя інформацію, кожен індивід формує якийсь інформаційний тезаурус². Взаємодія між суб'єктом і об'єктом буде оптимальною, якщо їх тезаурус приблизно однаковий. Відзначимо, що обсяг і зміст тезаурусу суб'єкта й об'єкта не повинні співпадати повністю, оскільки при цьому відпадає необхідність в інформаційній взаємодії. Оптимальна інформаційна взаємодія, на наш погляд, означає, що об'єкт не тільки сприймає максимум переданої інформації, але й відчуває потребу в отриманні інформації саме від цього суб'єкта.

Кожне суспільство має якийсь середній «рівень» тезаурусу для свого суб'єкта, проте цей «рівень» є відносним, оскільки, по суті, тезаурус є суто індивідуальним, крім того, він складається в рамках конкретної соціальної групи. Кожна со-

¹ Афанасьев В. Г. Общество: системность, познание и управление. — М.: Политиздат, 1981. — С. 22.

² **Тезаурус** (від грецьк. *θησαυρός* — скарб) — у теорії інформації вживається для позначення сукупності усіх відомостей, якими володіє суб'єкт.

ціальна група характеризується не тільки певним тезаурусом включених в неї індивідів, але й необхідною для інформаційних взаємодій системою знаків.

Для того, щоб мати можливість існувати в цьому середовищі, людина повинна добре орієнтуватися в даній системі знаків, отже, вона повинна володіти якоюсь «мовою» культури: «Вся маса елементів культури в сукупності пронизана взаємодіями між різними її аспектами, ця система взаємодій складає своєрідну інфрамову, якусь безформну, але таку, що відіграє надзвичайно важливу роль внутрішню структуру»¹. Звідси — уявлення про мову культури як про «універсальний простір» (М. Фуко) і пошуки специфічної мови культури (В. Гумбольд, Е. Кассіер, О. Шпенглер і т. д.).

Визначення мови культури у своїх ранніх наукових працях дає відомий український дослідник Б. Парахонський, який вважає, що мова культури є «системою знаків, значень і їх кореляції, структур осмислення і співвідношень взаємодії, функція яких полягає в забезпеченні основи для розуміння носіїв даної мови, у формуванні ціннісно-комунікативних орієнтацій свідомості її носіїв, у визначенні провідних стратегій їх життєвої й дослідницької активності»². Таким чином, мова культури організує простір для інформаційної взаємодії індивідів.

Кожен суб'єкт у суспільстві одночасно є об'єктом, — цей феномен відбувається в результаті наявності зворотного зв'язку, який посилюється із зростанням інформаційних потреб, що збільшуються з розвитком суспільства. Творчий потенціал певних суб'єктів і загальні інформаційні потреби деяких об'єктів приводять до інформаційної взаємодії «творець — публіка» — взаємодії високого рівня.

Даний рівень визначається, перш за все, якістю й цінністю інформації. В цьому випадку транслюється або наукова, або естетична інформація.

¹ Моль А. Социодинамика культуры. — М.: Прогресс, 1973. — С. 125.

² Парахонский Б. А. Язык культуры и генезис знания. — К.: Наукова думка, 1988. — С. 27.

Особливістю естетичної інформації є неможливість її адекватного повторення. Це припускає пошук і створення безлічі варіантів, формує творче мислення. Спочатку суб'єкт продукує інформацію заради власного задоволення, тому інформація, ним вироблена, повертається до нього ж і знов ним осмислюється: відбувається інформаційна взаємодія. Проте, стадний інстинкт, що примушує людину ототожнювати себе з тотемом, автоматично призначає вироблювану інформацію племені, тим самим канали взаємодії розширюються. Потреба в інформації, що має не тільки життєво важливе значення, приводила до зростання інформаційної взаємодії, що вимагало від індивідів формування знакових систем. Оформлення ж знакових систем, у свою чергу, приводить до збільшення виробництва інформації і необхідності її систематизації.

З формуванням суспільства соціальна комунікація ускладнюється. Змінюються всі компоненти інформаційного процесу: суб'єкт, об'єкт, інформаційні канали і саме інфосередовище. Виробництво і споживання естетичної інформації стає усвідомленим і для суб'єкта, і для об'єкта. Пошуки суб'єктом і об'єктом способів найбільшого задоволення естетичних потреб приводить до осмислення законів гармонії, до появи канонів, а також нових семантичних способів взаємодії. Останнім часом коло розповсюдження естетичної інформації може бути значно розширене за допомогою засобів масової інформації, але це не знімає проблеми її якості.

Виробництво наукової інформації — не менш потужний стимул для розвитку суспільства. Інформаційна взаємодія в науковій сфері має свої особливості. Тут виникає, формується коло об'єктів наукової інформаційної взаємодії, які відчувають потребу в науковій інформації і є здатними сприймати її. Виробництво наукової інформації, на відміну від естетичної, має інші цілі. Коло об'єктів представляється активнішим, тому інформаційна взаємодія має тут активніший зворотний зв'язок.

Розвиток суспільства розширює коло споживачів наукової інформації. Засвоєння її певного обсягу стає обов'язковим у суспільстві. Так поступово зростання інформаційної взає-

модії в суспільстві приводить до збільшення каналів передачі й появи цілої мережі таких каналів.

З розвитком суспільства взаємодія ускладнюється від безпосередньої взаємодії суб'єкт-об'єкт до взаємодії, опосередкованої передавачем інформації: суб'єкт — передавач — об'єкт (таким передавачем у суспільстві може бути як технічний пристрій, так і засоби масового впливу). Наявність передавача, його характер, суть впливають і на суб'єкт, і на об'єкт. Необхідність у технічних інформаційних засобах пов'язана із завантаженістю інформаційного поля останнім часом, а людина, як приймач інформації, володіє граничною пропускною спроможністю і граничною здатністю зберігати інформацію.

Таким чином, на наш погляд, соціальну комунікацію можна розглядати як певну одиницю суспільства. Так, комунікація між індивідами, об'єднаними єдиною територією, шикуються в численні суб'єктно-об'єктні ланцюги. Ці ланцюги за низкою параметрів шикуються в певні структури. Все це повинно набути форми соціокультурного простору, де існують інформаційні взаємодії¹.

Змодельоване поле системи У. Ешбі називає «абсолютно об'єктивною властивістю», оскільки воно представляє поведінку системи. Чим складніша система, тим складніше її поведінка, тому можливим стає розгляд складної системи через деяку відносну суму її полів. Поле завжди припускає обмеження: перш за все, тимчасове, тому можемо вважати поле синхронним утворенням; і просторове, оскільки необхідним стає чітке уявлення про межі досліджуваного об'єкта. Таким чином, «поле системи є фазовим простором, що містить усі лінії поведінки, знайдені шляхом реєстрації переходів системи з усіх можливих початкових станів при даній сукупності зовнішніх умов»².

¹ Слюцинський Б. В. Міжкультурна комунікація в багатонаціональному регіоні України: Автореф. дис. ... докт. соціол. наук: 22.00.04. — К., 2010. — 29 с.

² Эшби У. Конструкция мозга. — М.: Изд-во иностранной литературы, 1962. — С. 50.

Суспільство — складна система, тому поле суспільства не може бути статичним утворенням. Його стабільність завжди є відносною, більше того, в кожний певний часовий проміжок вона є різною. Розглядаючи, порівнюючи й зіставляючи картини поведінки системи, ми можемо скласти уявлення про особливості розвитку суспільства.

При аналізі механізмів функціонування поля суспільства користуватимемося методичним інструментарієм, запропонованим В. Коганом: розглянемо інформацію, включену в систему за наступними параметрами — розмах циркуляції інформації (від міжособової до циркулюючої нескінченно), напрям руху інформації в соціокультурній структурі, емоційне забарвлення інформації, спосіб виробництва інформації (персоніфікована й безособова), мета виробництва інформації¹. Також нас цікавитиме якість і цінність інформації. Інформація рухається по полю суспільства, охоплюючи різні за площею ділянки. Розмах циркуляції залежить від часу, емоційного забарвлення, способу виробництва, якості, цінності й мети виробництва інформації. Процеси функціонування різноманітної соціальної інформації накладаються один на одного, роблячи деякі ділянки більш інформаційно «насиченими».

Розмах циркуляції — синхронна категорія. Вона точно визначає одномоментну ситуацію, в наступний момент поле змінюється залежно від інформації, що поступає знову, і процесів, що відбуваються із старою. Безумовно, розмах циркуляції впливає на діахронію², але остання визначається більшою мірою часом циркуляції (або збереженням інформації). Тому, у поєднанні з розмахом циркуляції, час циркуляції характеризує сплески активності системи. Подібні сплески можуть охоплювати окремі підсистеми. Існує деяка верхня планка таких сплесків активності, яка визначається рівнем і якістю

¹ Коган В. З. Информационное взаимодействие: (Опыт анализа субъектно-объектных отношений). — Томск: Изд-во ТГУ, 1980. — С. 22–23.

² *Діахронія* (від грецьк. δια «через, крізь» і грецьк. χρόνος «час») — розгляд історичного розвитку тих чи інших комунікаційних явищ і комунікаційної системи в цілому як предмет дослідження.

всієї існуючої інформації, пропускнуою спроможністю каналів і здатністю об'єктів сприймати дану інформацію.

Розмах і час визначається, перш за все, цінністю інформації, цінність же визначається, у свою чергу, потребою в інформації. Якщо суспільство активне, воно здатне ставити перед собою цілі реалізації потреб, а якщо інформація, що поставляється, ще й якісна — це хороший стимул для розвитку суспільства. При цьому слід враховувати втручання в систему суспільства з боку біологічної, культурної, політичної і економічної систем, які можуть потужно вплинути на параметри, на окремі ділянки поля і на все поле відразу.

Враховуючи величезну важливість циркуляції інформації в суспільстві, соціальну комунікацію можна розділити на три основні види¹: 1) особиста, 2) спеціальна й 3) масова. Відповідно до цього і в структурі соціальної комунікації можна виділити конкретні її види: особисту, спеціальну й масову.

Особиста комунікація — це безпосереднє міжособове спілкування людей, що використовує, як правило, природні мови і що носить більше вербальний, неформальний і аксіальний² (осьовий) характер. Суб'єктом такої комунікації виступає особа і мала група. Це мікрорівень, мікроструктура соціальної комунікації.

Оскільки спеціальна інформація носить найчастіше професійний характер і має цінність в межах певних соціальних груп (наукова і спеціальна інформація), то до спеціальної комунікації ми відносимо наукову й художню. Художня комунікація розуміється як специфічний її вид з приводу прекрасного. Тут вивчається взаємодія художника-творця і сприймаючого твори мистецтва читача, глядача, слухача, а також і спілкування між ними при сприйнятті художнього твору.

Наукова комунікація — це сукупність процесів уявлення, передачі і отримання наукової інформації в людському сус-

¹ Коган В. З. Человек в потоке информации. — М.: Наука, 1981. — С. 24.

² *Аксіальна* (від лат. axis — вісь) комунікація — спрямовує свої сигнали на окремого отримувача інформації, тобто на окрему особу або групу людей. Особливості аксіальної комунікації в основному застосовуються в ситуаціях міжособистісного спілкування.

пільстві, створюючих основний механізм існування й розвитку науки.

Суб'єктом спеціального виду соціальної комунікації виступає особа, колектив. У цій, груповій комунікації використовуються як природні мови, так і аудіовізуальні засоби. Спеціальна комунікація носить неформальний і формальний, вербальний і невербальний, безпосередній і опосередкований, аксіальний (комунікація, коли точно відомо, кому передається інформація), а іноді й ретіальний¹ (комунікація, при якій немає фіксованих одержувачів. Так діють теле- або радіопередача, газетна стаття, листівка, рекламне оголошення) характер. На такому рівні соціальної комунікації починають використовуватися соціальні інститути (наука як інститут), включатися в інформаційно-комунікативний процес певні комунікативні спільноти (публіка, творчі об'єднання й союзи, професійні групи тощо).

Масовий вид соціальної комунікації — це коли комунікація йде у внутрішньодержавному й міждержавному масштабі: соціальні контакти між соціальними інститутами, сферами суспільного життя, видами людської діяльності, соціальними класами, історичними спільнотами людей, державами і їх організаціями. Суб'єктом даного виду соціальної комунікації є держава в цілому, саме людство. Таким чином, це — міжсоціумна комунікація. У свій склад вона включає масову комунікацію і масові інформаційні системи суспільства (публічні й наукові бібліотеки, інформаційні центри, інформаційні агентства, «банки інформації» тощо).

В інформаційно-комунікативні процеси на цьому рівні соціальної комунікації включаються наступні комунікативні спільноти — типи поселень (сільське, міське, агломерація й ін.), урядові й неурядові організації та установи держав, міжнародні громадські організації².

¹ *Ретіальна* (від лат. *rete* — мережа) комунікація — має своїм адресатом багатьох реципієнтів. Особливості ретіальної комунікації застосовуються у масовому спілкуванні.

² *Марчук В. П.* Соціально-культурна визначеність нормативних засад міжнародної комунікації: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — К., 2010. — 17 с.

Масовий вид соціальної комунікації в більшості випадків носить ретіальний, опосередкований, невербальний, аудіовізуальний і формальний характер.

В основі кожної з форм соціальної комунікації лежать різні цілі виробництва інформації. І якщо особиста комунікація протікає в одному часовому зрізі й має обмежений час циркуляції, то спеціальна комунікація, що зв'язує покоління, об'єднує різні синхронні інфополя, і її час циркуляції залежить від обсягу знань, який треба передати, і від інтелектуальних здібностей об'єктів, що приймають інформацію. Масова комунікація взагалі не має чітко фіксованого часу циркуляції, — вона залежить від того, як швидко суспільство може прийняти нову інформацію і відмовитися від старої. На підставі всього вищевикладеного можна зробити висновок про те, що спеціальна й масова комунікації — більш ємні й складні процеси.

Будучи суб'єктом одночасно двох систем — соціальної й культурної — в результаті порушення взаємодії між ними індивід опиняється в ситуації конфлікту, яка, без сумніву, впливає на інформацію і на способи й форми її передачі. Саме таку ситуацію й описує Т. Парсонс як ситуацію «невизначеності соціальної взаємодії», коли виникають проблеми комунікації і «спільності мови», впорядкованості дій учасників взаємодії, сенсу символіки і т. д.¹ Соціокультурна взаємодія трактується тут як взаємодія, здійснювана на базі стандартизації деяких взаємних очікувань і вимог людей. Цілком очевидно, що взаємодія соціуму з природою відбувається через соціальну комунікацію.

Адаптивна суть соціальної комунікації визначає її відношення до інших систем і до індивіда. По-перше, адаптивна здатність соціальної комунікації дозволяє їй існувати усередині екологічної системи і у міру процесів, що протікають в природі, змінюватися, зберігаючи свою структуру. По-друге, всередині адаптивної системи відбуваються процеси спад-

¹ Современная западная социология. — М.: Политиздат, 1990. — С. 52–53.

коємства й соціалізації. Створення соціокультурних кодів спілкування — необхідна умова існування адаптивної системи соціальної комунікації, оскільки вони є способом передачі інформації, тоді як середовище — поле пересування інформації в синхронному (просторовому) і діахронному (часовому) зрізах. По-третє, адаптивне середовище є умовою існування нормальної людської психіки. Для цієї мети вона формує і підтримує моделі поведінки й установки — способи адаптації. Як вважає Р. Лінтон, моделі поведінки «дозволяють успішніше пристосуватися до навколишнього середовища, позбавляючи від необхідності проходити деколи через хворобливий досвід»¹.

Отже, система соціальної комунікації — інформаційно-адаптивна система, в основі якої лежить інформаційна соціальна взаємодія. Розгляд такої системи можливий тільки через інформаційний підхід, що ставить на ріг кута інформацію.

Суспільство є складною соціальною системою, що включає низку підсистем і елементів, які взаємодіють між собою. Збереження цілісності системи і підтримка оптимального режиму її функціонування забезпечується в значній мірі інформаційними процесами.

Власне людське існування можливе лише у з'єднанні взаємодіючих груп людей, які застають на кожен даний момент певні відносини, що склалися, вступають у ці відносини за допомогою комунікації.

Механізм існування й розвитку соціальних груп поміщений у системі людської діяльності. Взаємодії між людьми в процесі діяльності — основа формування й відтворення цих груп. Системність і цілісність соціальної комунікації додають потреби й інтереси соціальних груп, тобто сукупності людей, що володіють рисами схожості за об'єктивним положенням у системі суспільства.

Призначення соціальної комунікації полягає у виконанні комунікативної функції соціуму, засоби ж її реалізації досить

¹ Человек и социокультурная среда. — Вып. 2. — М., 1992. — С. 51.

різні: від народних зібрань до інформаційних агентств і міжнародних організацій. Специфічність соціальної комунікації як соціального явища полягає в тому, що вона є чинником, який забезпечує взаємозв'язок людей в їх діяльності. Такий обмін — суть інформаційна взаємодія. Під останньою розуміється взаємодія людей у процесі виробництва, перетворення, передачі і споживання інформації. Інформаційна взаємодія — це вищий тип взаємодії, відповідний соціальній (вищій) формі руху матерії.

Обмін інформацією має місце в будь-якому соціальному процесі, скільки б далеким від традиційного розуміння комунікації він не був, оскільки інформаційною є сама культура, виступаюча як контекст. Річ у тому, що в своїй основі будь-який соціальний процес — сумісна, організовувана за допомогою комунікації, діяльність людей¹. Отже, в самій тканині соціального процесу завжди існує інформація про співвіднесення багатьох індивідуальних дій в єдиному соціокультурному просторі. Але інформаційна природа соціальних процесів — слабо вивчений феномен. Розкрити механізми соціальних процесів дозволяє застосування інформаційного підходу до соціальної комунікації.

Найзагальніша картина, яку можна змоделювати, виглядає так: виробництво, відтворення і функціонування соціальної комунікації відбувається на основі постійного безперервного процесу руху потоків інформації від її виробників, трансляторів, власників до умовних або безумовно-конкретних споживачів або одержувачів. Але суть соціальної комунікації і, тим більше процесів, набагато складніша, хоча б тому, що інформація — явище складне саме по собі.

Великим є значення інформаційних процесів у розвитку суспільства. Інформація, використовувана суспільством, є соціальною за своєю природою. Джерелом соціальної інформації є саме суспільство: відмінність суспільних явищ, відносин і процесів обумовлює наявність різних видів інформації.

¹ Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: «Аванти плюс», 2003. — С. 107.

Такими, перш за все, є науково-технічні, економічні, соціально-політичні види інформації. Соціальна інформація є самим вищим, найскладнішим і найбагатшим типом інформації. Будучи універсальною формою зв'язку в соціумі, інформація виступає як найважливіший атрибут усієї системи суспільних відносин.

Передача інформації відбувається на різних рівнях організації матерії — скрізь є комунікативний зв'язок явищ. Проте, необхідно підкреслити принципові відмінності між інформаційними процесами в суспільстві і в тваринному світі. Біологічна комунікація, за В. Соковніним, заснована на продукуванні акустичних, оптичних, тактильних і хімічних сигналів¹. В. Афанасьєв вважає, що, визнаючи за тваринами здібність до сигнальної взаємодії, не можна забувати про те, що вона у них характеризується відсутністю членороздільної мови у будь-якій з її можливих форм — звукової чи письмової знакової².

Умовою виживання людської організації більшою мірою стає необхідність операції позагенетичною, новою, оперативною інформацією. Ця проблема стала особливо актуальною, як тільки суспільство переросло рамки окремого «стада», коли з'явилися роди, племена і людське суспільство стало функціонувати, як складна система: з'явилася необхідність комунікації або не-комунікації з «іншими».

«Мабуть, історію людства треба починати не з появи першого кам'яного знаряддя або першого глиняного горщика, а з того часу, коли стосунки між людськими групами, або, користуючись виразом Герцена, їх «тертя один об одного», стало регулярним явищем і наклало певний відбиток на життя первісного суспільства, на психіку і поведінку первісних людей... Слово як символ колективу втрачає всякий сенс, якщо воно не протиставляється іншому символу іншого колективу. У одній, окремо взятій, ізольованій людській общині мова не

¹ Соковнин В. М. О природе человеческого общения (Опыт философского анализа). — Изд. 2-е, испр. и доп. — Фрунзе: Мектеп, 1974. — С. 15.

² Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом. — М.: Политиздат, 1975. — 408 с.

могла зародитися, якого б прогресу вона (община) не досягла в інших відносинах. Слово могло народитися тільки в контакті двох людських груп, як вогонь висікається зіткненням двох кременів. Початкова людська мова — це набір соціовідмінних засобів, тобто знаків, що служили для розрізнення одного колективу від іншого»¹. Виникла мова — спеціальний код, за допомогою якого можна було, абстрагуючись від конкретної події, генерувати знання, щоб передавати їх від покоління до покоління. Стала можливою комунікація, здійснена вербальними засобами. Це була перша революція у сфері комунікації, по суті — радикальний крок людства на шляху виходу з царства тварин. За виразом американського соціолога Г. Ласвелла, що присвятив немало досліджень темі зародження комунікації в житті суспільства, виник механізм, за допомогою якого існують і розвиваються людські відносини, передаються у просторі і зберігаються в часі всі символи свідомості, а також здійснюються наступні функції²:

- орієнтація у навколишньому середовищі;
- кореляція реакцій різних частин суспільства на стимули навколишнього середовища;
- передача соціальної спадщини від одного покоління до іншого.

Але і сама інформація в ході еволюційного розвитку людської спільноти ускладнилася. Генетична інформація, що сприяла природному відбору особин, почала витіснятися оперативною, а ще в більшій мірі «нагромадженою» інформацією. «Нагромаджувана» інформація була сховищем знань, які тепер впливали на спроможність виживати. Процес розробки коду для спілкування членів співтовариства став більш прискореним, а сам код — складнішим.

З вуст у уста передавалися міфи, казки, табу, що регламентують поведінку, тобто сукупність позагенетичної ін-

¹ Родионов Б. А. Коммуникация как социальное явление. — Издательство Ростовского университета, 1984. — С. 28.

² Lasswell H. D. «The structure and function of communication in society» in Bryson. The Communication of Ideas. — N. Y.: Harper and Brothers, 1948. — 343 p.

формації, або культури, накопиченої людством в ході свого розвитку. Вона була потрібна, щоб забезпечити людському співтовариству стабільність. З ускладненням соціальної організації, появою племен, родів, етносів, просторових поселень перед співтовариством встало принципово нове завдання: зберегти стійкість цих суспільних утворень і забезпечити їм тенденцію до розвитку.

Спочатку і те, і інше було функцією ватажка. Він, як правило, був тим персональним накопичувачем емпіричної інформації, яка дозволяла йому певною мірою уподібнитися божеству. Він знав, коли сіяти і коли жати, коли і де полювати і т. д. Від нього залежало життя роду, саме він визначав, що можна і що не можна робити, щоб залишитися співтовариству у повній цілості.

На першому етапі життя людства така заборонно-дозвільна матриця була дублюванням минулої практики. Чим більшою мірою сьогодення повторювало те, що пройшло, тим більше обґрунтованим воно вважалося. Таким був зміст тих людських комунікаційних мереж. Ці заборони й дозволи трансливалися через народну творчість, усіма засобами візуальної культури (орнамент в одязі, в гончарних виробах, розфарбовування обличчя й тіла).

У тій мірі, в який рід сприймав настійність соціальних координат поведінки, виникало розуміння сукупності сили і знання як самоцінності — звідси ореол харизми, поклоніння й обожнювання ватажка, авторитету його фігури.

Ситуація, коли ватажок здійснював свою владу «контактно», була тупиковою. Перевести її на новий рівень — зробити дистанційною — можливо було тільки використовуючи новий вигляд інформації. Ця нова інформація — структурна — постійно відтворювалася: виникали традиції, норми, цінності.

В ході розвитку співтовариства функції управління досить серйозно трансформувалися. Розподіл праці торкнувся і сфери відтворення структурної інформації. Починається розвиток соціальних інститутів (сім'я, релігія, мистецтво, право, наука), що продукують її з метою підтримки стійкості

соціального організму і забезпечення цілей його розвитку. Інформація ставала багатоманітною, багатозначною, самодостатньою. Слід підкреслити, що синкретичність функцій таких достатньо автономних систем виробництва інформації, як мистецтво, релігія, наука, кожна з яких тривалий час здійснювала передачу сукупної інформації (знань, норм і цінностей), додавала певний запас міцності системі взаємин у суспільстві.

Отже, в суспільному житті інформація носить в основному поза генетичний характер, тут значущими є соціальне спадкоємство й соціальна пам'ять. Можна виділити три великі групи носіїв соціальної пам'яті: 1) знаряддя виробництва і опредметнені результати праці, які узагальнені у понятті «матеріальна культура»; 2) об'єктивні соціальні відносини; 3) мова в широкому сенсі, тобто «природні» мови, їх різні технічні видозміни, а також позамовні семіотичні засоби. Це все — матеріальні носії інформації.

Інформація забезпечує цілісність соціальної системи, яка відчуває зовнішні впливи з боку середовища. Ці впливи в сукупності можуть призвести до зростання невизначеності й дезорганізації системи. У цьому випадку зняття невизначеності проходить через адаптацію системи до зовнішніх умов, при цьому за отриманням відомостей про відхилення в розвитку системи повинна слідувати адекватна реакція. Даний процес здійснюється через отримання, відбір і використання інформації, що виконує функцію зняття невизначеності.

Найзагальніше розуміння соціальної інформації полягає в тому, що це інформація, яка виникає й функціонує в суспільстві. Так, одне з визначень будується, виходячи з потреб оптимального управління, тому під соціальною інформацією розуміється така інформація, яка «циркулює в суспільстві як сукупність знань, відомостей, повідомлень, ідей про навколишній світ, перш за все про суспільство, які слугують цілям управління суспільними процесами»¹.

¹ Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом. — М.: Политиздат, 1975. — С. 284.

Розглядаючи соціальну інформацію як вищий тип інформації, О. Аверін вважає, що вона включає як основу біологічну сторону, що забезпечує діалектичну єдність соціального й біологічного¹.

Обґрунтування положення про соціальну інформацію як вищий тип інформації, пов'язаної зі свідомим типом управління, було зроблено В. Афанасьєвим. Соціальна інформація існує тільки у взаємодії суб'єктів у процесі їх діяльності і є індивідуальною системою інформації. Головна суть соціальної інформації, за В. Афанасьєвим, полягає в тому, що вона несе глибокий слід класових, національних та інших відносин, відбиток потреб, інтересів, психічних рис колективу, відносини в якому інформація відображає².

Одна з найважливіших проблем у дослідженні соціальної інформації — проблема співвідношення в ній матеріального й ідеального, з приводу чого існують наступні основні точки зору. Перша полягає у визнанні існування двох видів соціальної інформації: матеріальної й ідеальної. Друга виходить з того, що інформація у будь-якому випадку залишається соціальною й ідеальною, незалежно від того, чи зберігається вона в голові людини або записана на речовинний носій.

Особливе місце в експлікації поняття соціальної інформації займає діалектика матеріального й ідеального. Розвиваючи цю думку, В. Коган бачить діалектику матеріального й ідеального як віддзеркалення однієї із сторін взаємодії між базовим фактом і соціальною інформацією: базовий факт — це потенційна форма існування інформації, «річ у собі». «Річчю для нас» її робить віддзеркалення базового факту й конструювання його знакової копії³.

Зважаючи на уявлення про соціальну інформацію як сукупність знань, відомостей і повідомлень, виражених в якій-

¹ Аверин А. Н. Социальная информация и ее роль в управлении. — М.: Наука, 1995. — 91 с. — С. 9.

² Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом. — М.: Политиздат, 1975. — 408 с.

³ Коган В. З. Информационное взаимодействие: (Опыт анализа субъектно-объектных отношений). — Томск: Изд-во ТГУ, 1980. — С. 62.

небудь знакової формі, вважатимемо за можливе розширити зміст даного поняття за рахунок включення в нього тієї інформації, яка міститься в самій системі суспільства, в його структурі, в характері існуючих соціальних інститутів, норм, традицій тощо, іншими словами — інформації, поміщеної, кінець кінцем, в типі суспільства і механізмах його функціонування.

Можна сказати, що соціальна інформація існує в двох формах, які по-різному визначаються різними авторами: актуальна й потенційна, вільна й структурна. Найбільш продуктивним уявляється використання понять «оперативна» (циркулююча в суспільстві) і «структурна» (відображена в структурі відносин) інформація.

Оперативна — циркулююча в суспільстві — інформація складає зміст процесів, форм руху матерії. Вона сприяє породженню, формуванню, вдосконаленню різних відносно стійких структур, що включають структурну інформацію. Знову створені об'єкти із структурною інформацією, в свою чергу викликають нові цикли оперативної інформації. Таким чином, оперативна інформація є співвідносною з процесами, а структурна — з об'єктами, і взаємозв'язок процесів і об'єктів виявляється саме в русі інформації.

На рівні соціальної форми руху матерії оперативна інформація, циркулююча в суспільстві як сукупність знань, відомостей і повідомлень, набуває особливого значення у зв'язку з якісно новим рівнем відображення, властивим людині — свідомістю. Інтенсивний обмін інформацією в процесі комунікації й діяльності приводить до формування стійких зв'язків, суспільних структур і інститутів, правових і етичних норм, в яких у «зв'язаному» вигляді, що об'єктивувався, зберігається структурна соціальна інформація.

Вказані види соціальної інформації взаємозв'язані між собою постійними процесами переходу з одного стану в інший. Трансформація оперативної інформації в структурну в аспекті соціальної комунікації означає процеси інституціоналізації, формування стандартів і норм, складання світоглядних парадигм, менталітету соціуму. Іншими словами, відбувається об'єктивування, «осідання» у вигляді структур інформації,

циркулюючої в процесі соціальної комунікації й діяльності. Причому структуруються, перш за все, соціально значущі основні тенденції й закономірності формування особистості й соціуму, інформація, що найбільшою мірою забезпечує життєдіяльність суб'єктів.

Зворотні процеси, пов'язані з циркуляцією структурної інформації, знаходять вираження в соціальній адаптації, соціалізації, інтеріоризації — в залученні інформації, закладеної різного роду соціальними структурами в живу діяльність і взаємодію індивідів.

Структурна інформація має визначальне значення, оскільки містить у собі оперативну інформацію всіх попередніх поколінь, що «об'єктивувалася», за допомогою чого здійснюється, перш за все, діахронний інформаційний зв'язок. Можна сказати, що в структурній інформації зберігається закумуляований соціальний досвід, її основна функція в суспільстві — підтримка стабільності системи, що склалася.

Оперативна інформація лежить в основі синхронних інформаційних зв'язків, в рамках яких між учасниками інформаційної взаємодії може бути встановлений зворотний зв'язок. Вказана інформація забезпечує в числі інших процеси зміни норм, що склалася, і інформаційних взаємодій. Отже, соціальна функція оперативної інформації — розвиток і адаптація суспільства і взаємозв'язків між його елементами. Комунікативно-діяльнісний характер існування і взаємодії соціальних суб'єктів сприяє зростанню ролі і значення оперативної інформації, а також збільшенню обсягів її циркуляції.

Саме через конкретні види людської діяльності і багатоманітні форми соціальних відносин соціальна комунікація реалізується в суспільному бутті. Передача соціальної інформації розглядається нами як змістовна сторона соціальної комунікації. Якщо соціальна комунікація фіксується на рівні структурної інформації, то діяльність і соціальні відносини забезпечуються циркуляцією інформації оперативної.

У найабстрактнішому визначенні соціальна діяльність, що розглядається як система, є єдність живої й опредметненої діяльності, взаємоперехід яких здійснюється через ка-

тегорію «суб'єкт»¹. Подальша конкретизація припускає наявність у будь-якій соціальній системі двох взаємодіючих суб'єктів, отже, діяльність може бути розглянута як вид соціальної комунікації. Вплив суб'єктів один на одного в процесі діяльності є об'єктно обумовленим, тобто здійснюється через об'єкт діяльності. Дія наявної опредметненої діяльності на живу діяльність суб'єктів виступає як об'єктивна умова взаємодії. Відображення ж опредметненої діяльності у свідомості суб'єктів виступає суб'єктивною умовою діяльності, свідомість є ланкою, посередником у взаємодії.

Система соціальної діяльності може бути представлена як взаємодія між собою, щонайменше, двох суб'єктів і умови їх діяльності. Причому, необхідно розрізняти умови взаємодії суб'єктів і умови діяльності кожного з них: умови взаємодії — це речові умови, умови діяльності кожного суб'єкта включають разом з речовими елементами також і іншого суб'єкта.

Запропонована теоретична модель соціальної діяльності в реальності завжди реалізується як конкретний вид діяльності, співвіднесений з видом соціальної комунікації. Оскільки об'єктом нашого аналізу є соціальна комунікація, ми маємо на увазі діяльність, у процесі якої індивіди реалізують соціальні (або інформаційні) потреби, а саме: потребу у відтворенні себе як соціального суб'єкта і потребу займати певну соціальну нішу в системі інформаційної взаємодії. Ці дві потреби можуть бути визначені і як цілі, які примушують людину діяти. Таким чином, становлення й підтримка соціальної комунікації викликає людську активність.

Ведучи мову про сутність соціальної діяльності, Т. Парсонс запропонував поняття «одиниці дії», яка включає наступні компоненти: 1) зусилля; 2) цілі; 3) умови; 4) засоби; 5) норми «одиниці дії»². Зусилля, цілі й норми є суб'єктивними компонентами, умови й засоби — об'єктивними. Характерну

¹ Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. — М.: Политиздат, 1992. — С. 43–48.

² Парсонс Т. Понятие общества: Компоненты и их взаимоотношение // Американская социологическая мысль. — М., 1996. — С. 181.

відмінність дій з соціальними суб'єктами Т. Парсонс вбачає у взаємодії.

Дії індивіда припускають кооперацію і інформаційно-обмінний процес, організуючий цю кооперацію. Ситуації, в яких протікають дії індивіда, можна назвати інформаційно-процесуальними.

Теоретико-методологічною підставою аналізу служить твердження про те, що будь-яка доцільна діяльність пов'язана з інформаційним процесом, з пошуком, селекцією, споживанням і використанням інформації в процесі соціальної комунікації. Відповідно до цієї концепції індивід у процесі діяльності постійно знаходиться в ситуації вибору, здійснення якого відбувається на основі цілепокладення й діяльності стосовно досягнення мети. Для цього індивіду необхідно: усвідомити потреби, визначити спосіб їх задоволення, вибрати оптимальні засоби — здійснити акт діяльності, використовуючи вибрані знаряддя й засоби. Домінантне значення надається метазасобу — інформації, без якої не може бути здійснена жодна з процедур, що становлять структуру соціальної діяльності. Надійність і своєчасність інформації — головна умова, що забезпечує успіх діяльності.

За допомогою інформації суб'єкт діяльності виявляє всю сукупність наявних шляхів досягнення проміжних результатів, весь спектр можливостей, а потім проводить процедуру відбору, оцінюючи ступінь ефективності приватних рішень з точки зору досягнення кінцевої мети. У даному контексті кінцевою метою виступає соціальна комунікація.

Роль інформації в процесі діяльності може бути представлена у вигляді деякого інформаційного простору, в рамках якого здійснюється діяльність. Подібна модель діяльності запропонована У. Масудою, який поміщає її в «потрійні рамки»: суб'єкт дії, поле і процес. Суб'єктом може виступати індивід, організація, підприємство, громадський рух тощо; поле — це сфера з конкретним змістом, в рамках якої суб'єкт діє свідомо й цілеспрямовано. Проте, поле в цьому випадку не є позасуб'єктивно існуючим, а неминуче пов'язане з діяльністю суб'єкта й об'єктивною реальністю. Нове розуміння поля,

введене У. Масудою, полягає в тому, що це поле інформаційного простору, яке характеризується двома рисами: перша — воно не має меж, друга — у цьому полі елементи об'єктивно-орієнтованої дії пов'язані один з одним через інформаційні мережі. Що стосується третього поняття: «процес», той це розвиток у часі ситуації взаємодії між свідомою дією суб'єкта і зворотною реакцією інформаційного поля на проведену суб'єктом дію. Іншими словами, в наявності динамічний процес системи, що включає суб'єкта дії і поле, процес, направлений на досягнення мети. Даний процес характеризується завершеністю, оскільки суб'єкт дії припиняє його, коли мета досягнута або відхилена¹.

Результатом будь-якого досягнення в «потрійних рамках» є «часоцінність» (time-value), який вимірюється відповідно до ступеня і якості досягнутого, і пов'язаний із задоволенням людських соціальних інтелектуальних потреб. У свою чергу, людські потреби задовольняються через виробництво інформації і цілеспрямовану дію.

Оскільки суб'єкт існує серед інших суб'єктів, і не просто існує, а завдяки об'єктивно-орієнтованим діям прагне зайняти певне соціальне місце, то можна сказати, що в перетині численних «процесів» він активізується дією соціальної комунікації. Соціальне положення суб'єкта, кінець кінцем, визначається якістю одержаного в цьому процесі часу — як цінності, фактично соціальної реалізованості суб'єкта.

Характер діяльності значною мірою визначає соціальну комунікацію, при цьому об'єм і якісні параметри використовуваної інформації відрізнятимуться. Так, не всяка діяльність вимагає генерування або пошуку істотно нової інформації, це може виявитися згубним для стабільних соціальних диспозицій. Але й відсутність у суб'єкта нової інформації може призвести до втрати займаної соціальної ніші.

Послідовний ланцюг традиційних дій складає процедуру діяльності, вони виконуються за певним стереотипом або

¹ Masuda U. The Information Society as Post Industrial Society. World Future Society. — Washington, D. C. USA, 1983. — 163 p. — P. 72–73.

шаблоном і фактично доводяться до автоматизму. Інформація тут як би втрачає своє значення і стає іманентною діяльністю, а точніше, вона переходить в алгоритм дії, в його структуру, перетворюючись на технологію. Отже, існують підстави стверджувати, що соціальна комунікація володіє деякою технологією і алгоритмом. Оперативна інформація тим самим набуває якості структурної, присутньої в об'єктивованому вигляді як набір стандартизованих дій. Це свідчить про отримання суб'єктом відповідної соціальної ніші. Але зміна умов, що приводять до виникнення нових цілей або зниження ефективності традиційно ухвалюваних рішень, робить наявну інформацію недостатньою. Виникла ситуація може бути охарактеризована як стан інформаційного дефіциту, вона стимулює потребу в інформації, прагнення до задоволення якої викликає прояв активності у пошуку нових, раніше не використовуваних інформаційних блоків. Слід зазначити, що в цілому відхилення від мети є джерелом активності системи, що, безумовно, впливає на комунікацію між соціумами.

У випадку якщо пошук не приводить до виявлення необхідної інформації, встає завдання її виробництва. На основі аналізу зміни умов і уточнення мети формується новий рівень комунікації між соціальними суб'єктами, відповідний знов виниклим нормам.

Спонукальним мотивом до генерування нової інформації окрім інформаційного дефіциту може стати прояв феномена незгоди, яка розглядається як відмова від зразка, незважаючи на наявність умов його відтворення.

Відбувається акт припинення копіювання інформації при передачі від актуального до потенційного учасника соціальної естафети, в даному випадку — інформаційної взаємодії. Це означає або повне блокування відтворення, або відтворення інформації в істотно перетвореному вигляді, тобто поява інновацій. Незгода тут — механізм захисту, збереження й маніфестації інновації, що сприяє залученню до неї уваги і можливому перетворенню її в нову традицію. Якщо процес інновації пов'язаний з переходом структурної інформації в оперативну, то перетворення інновації в традицію — зво-

ротний перехід. Взагалі інноваційна діяльність — необхідна умова зміни, розвитку суспільства як системного утворення. Змістовно цей процес полягає в постійному збільшенні оперативної інформації і її впливі на структурну.

Суб'єкти, що беруть участь в інформаційній взаємодії, володіють реальними соціальними характеристиками, яким відповідають параметри інформації, що генерується й передається. Більше того, можна говорити про те, що через інформаційну взаємодію в процесі діяльності або відносин реалізується соціальна комунікація, соціальність як така. Чим більше у суб'єкта можливості одержувати спеціалізовану, соціально-значущу інформацію, що дає максимальний приріст до тезауруса суб'єкта, тим більше можливості використання і застосування одержуваної інформації, тим вище його соціальний статус. Існує, поза сумнівом, і зворотна залежність, але визначальною, на наш погляд, є інформаційна характеристика.

Ще одне доповнення стосується розрізнення загальної і спеціалізованої інформації. Це співвідношення не є константа, особливо в суспільстві, що знаходиться в рамках ідеологічного контролю. Так, загальнокультурна інформація, якщо вона відображає погляди, що суперечать існуючій ідеології, може потрапити в розряд спеціалізованої, закритої інформації.

Обумовленість спілкування інформаційною взаємодією суб'єктів цілком закономірно приводить до експлікації поняття «спілкування» через інформаційний обмін, включений у трудову діяльність. Дійсно, спілкування засноване на інформаційній узгодженості суб'єктів, що можливо лише за участю їх в процесі взаємного обміну інформацією. Отже, суть соціальної комунікації є не що інше, як система організованих інформаційних взаємодій у процесі діяльності й відносин суб'єктів.

Зрозуміло, будь-який суб'єкт спілкування, перш ніж вступити в процес спілкування з іншими суб'єктами, об'єктивно вже включений у систему соціальних відносин. Тому розуміння людини як суб'єкта спілкування обумовлене діяльністю і

відносинами. Соціальні відносини виконують функцію несучої конструкції, на основі і відповідно до якої здійснюються різноманітні види спілкування.

Інформаційний аспект даного положення полягає в тому, що в процесі спілкування через його учасників суб'єктивується, «озвучується» оперативна інформація, в якій у знятому вигляді присутня структурна, визначальна інформація. Рівень суспільних відносин це і є інституціалізована структурна інформація. В той же час, необхідно враховувати те, що остання формувалася як фіксація, «осідання» соціально-значущої, найбільш стійкої, забезпечуючої збереження цілісності суспільства оперативної інформації.

Взаємозв'язаність і взаємозалежність двох форм соціальної інформації робить достатньо складним процес їх розведення, що відображається і на соціально-діяльнісному рівні. Але існують труднощі розмежування діяльності і відносин, її що оформляють, оскільки «у будь-якому реальному акті соціальної взаємодії і те, й інше наявно як його початкові і рівнозначні передумови (або умови), закріплено, замкнено один на одного»¹. У даному контексті логічно припустити, що процес спілкування є таким, що пов'язує відносини й діяльність. Здійснення функцій спілкування забезпечує наявне буття соціальної діяльності і соціальних відносин. Зміст соціальної комунікації залежить від параметрів інформації, циркулюючої в процесі соціальної взаємодії, а також умов інформаційної взаємодії.

До найбільш важливих параметрів і умов доцільно віднести: обсяги (необхідна кількість інформації), якість (відповідність базовому факту — у разі, коли може бути встановлена дана відповідність), доступність (можливість отримання інформації для задоволення потреб), різноманітність джерел інформації (можливість зіставлення з іншою інформацією або аналогічною з інших джерел). Значення цих параметрів виразніше виявляється в парному угрупованні: отримання

¹ Общественные отношения: Социально-философский анализ. — К.: Наукова думка, 1991. — С. 85.

необхідного обсягу інформації значною мірою пов'язане з можливістю доступу до інформаційних блоків, якість інформації встановлюється в процесі її верифікації.

Навіть у тому випадку, коли перераховані параметри задовольняють вимогам, що пред'являються в конкретній ситуації, це ще не означає, що створені умови оптимального протікання соціальної комунікації в суспільстві. Необхідне існування розвиненої інформаційної інфраструктури, що дозволяє здійснювати виробництво інформації і розповсюдження її по відповідних каналах, причому, чим точніше обізнаний виробник про запити споживачів і більше ступінь диференціації інформаційних потоків відповідно до соціальних характеристик потенційних споживачів, тим більше вірогідність того, що інформація досягне мети. Важливу роль у цьому випадку відіграє відлагодженість механізму зворотного зв'язку між виробниками і споживачами соціальної інформації.

Зберігання проведеної інформації повинно бути організовано так, щоб до мінімуму скоротити час на її пошук і отримання. Щоб проведена, перероблена і одержана інформація була використана для досягнення поставленої мети, вона повинна бути сприйнята об'єктом інформаційної взаємодії. Проблема сприйняття полягає у подоланні так званих інформаційних бар'єрів, визначуваних в літературі як сукупність об'єктивних і суб'єктивних чинників, що перешкоджають руху інформації і її сприйняттю суб'єктом.

При існуванні різних варіантів типологізації інформаційних бар'єрів зазвичай виділяють: тотально-ключові, такі, що зберігають своє негативне значення при будь-якому виді інформаційної взаємодії; знакові; тезаурусні; контрастувативні¹; ситуативні. На наш погляд, важливу роль у дисфункціональних порушеннях інформаційної взаємодії відіграють наступні чинники:

- прагнення використовувати інформацію з метою маніпулювання об'єктом;

¹ *Суггестивний* (від лат. *suggestio* — навіювання) — такий, що навіює, викликає певні уявлення, ідеї.

- надлишок потоків інформації, що призводить до дезорієнтації в них і відмови споживати визначені інформаційні блоки;
- соціальна неадаптованість інформації до конкретних суб'єктів;
- уніфікована інформація;
- внутрішня неоднорідність приймаючого суб'єкта (особливо актуально, коли суб'єкт — соціальна група).

Подолання тотально-ключових, а також просторово-часових, державно-політичних, технічних, економічних і психологічних інформаційних бар'єрів і виконання вимог дотримання кількісних і якісних параметрів інформації забезпечують оптимізацію процесів інформаційної взаємодії. Остання, у свою чергу, — це механізм, завдяки якому здійснюються внутрішні і зовнішні взаємозв'язки між різними соціальними групами, складові основу соціальної комунікації. Помітною є тенденція постійного кількісного зростання й накопичення інформації, збільшення її різноманітності і складності, її темпів і масштабів. Це створює основу для появи й циркуляції нових духовних цінностей, що забезпечують соціальний розвиток людини. Саме в інформаційному процесі буття культури виступає як безперервний процес культурної комунікації, тобто набуває форм інформаційного обміну, що спирається на багатоманітні механізми трансляції. Процес комунікації постає як особливий вид творчої діяльності особистості, що безпосередньо бере участь в інформаційних зв'язках. Тому культурне інформаційне середовище є не тільки сховищем інформаційних ресурсів, але й ефективним комунікативним засобом. Причому, культурна спадкоємність базується в основному на матеріальних носіях інформації. Будь-які відносини окремих людей або груп — відносини економічні, соціальні, культурні — незмінно відображаються у вигляді інформації. Причому, ця інформація виступає в різноманітних формах.

Людина сприймає культуру у вигляді оточуючих її культурних реалій, але на відміну від інформації з природи, культурна інформація носить принципово інший, аксіологічний характер. Вона змінює суть людини, звільняє її творчий

потенціал, бере участь у формуванні духовно-етичних і соціальних рис особистості. Цій інформації властива особлива, комунікативна функція — передача від людини до людини різних і багатобічних соціокультурних відомостей про них самих, про їх життєдіяльність.

Діяльність інформаційної системи стосовно збереження культурних цінностей свідчить про високу значущість, яка надається в суспільній свідомості культурній спадщині як надбанню, що забезпечує збереження суспільства; як базі і найважливішому принципу вирішення багатьох щонайгостріших проблем сучасного духовного життя на основі відбору й інтерпретації класичних цінностей, що відповідають запитам сучасності.

Кожне покоління повинне заново зрозуміти, сприйняти, відчутти класику. Класика незамінна тим, що в ній є позачасові цінності. Забуття культурної спадщини завдає свідомості народу непоправної шкоди, яку вже не поправити нічим, якщо загинуть в пам'яті народу шедеври, які формували і складала його душу.

Для успішної діяльності інформаційної системи необхідні її адаптація до культурного середовища і здібність до активного регулювання прихованих напруг на основі гуманістичних пріоритетів у соціальній і культурній сферах.

Людина відчуває потребу у спілкуванні, в постійному обміні інформацією, в емоційній взаємодії. Комунікація і є найважливішою формою культурного спілкування, вона є необхідним обміном життєвою інформацією між людьми, що здійснюється цілеспрямовано і побудована на принципі вибірковості. У широкому сенсі духовне спілкування виступає як культурний інформаційний зв'язок, як комунікація на основі взаємної міжсуб'єктної передачі інформації. Засоби комунікації й інформації знімають існуючі у минулому просторіві і часові бар'єри між народами, створюються сприятливі умови й реальні можливості для вдосконалення взаємозв'язків і їх ефективності, взаємообміну загальнолюдськими цінностями.

У наш час соціальна комунікація починає набувати абсолютно іншого характеру. Багато людей вступають у нові

відносини, майже не контрольовані суспільством. Наступає технологічна революція, з'являються нові високі технології: цифрове віщання, комп'ютерні мережі, інтерактивне телебачення. В результаті з'єднання комп'ютерних мереж з телебаченням створюється «техносфера», що абсолютно змінює систему людських відносин, людина отримує в дар від техніки певну соціальну й особисту незалежність і духовну свободу.

Однією з функцій інформації є становлення й регуляція міжлюдських відносин. Саме вона виступає засобом духовного спілкування людей, тільки з її допомогою воно стає повнокровним і багато поколінь мають можливість брати участь в культурному діалозі. Одне з найважливіших призначень інформаційної системи є формування у людей високої культури людського спілкування.

Отже, соціальна комунікація, що здійснюється між соціальними спільнотами й індивідами як представниками цих спільнот, реалізується за допомогою інформаційної взаємодії в процесі циркуляції оперативної інформації й фіксується у структурній інформації, що об'єктивувалася. Суб'єктивованою формою інформаційної взаємодії виступають діяльність і відносини.

2.3. Інформаційні детермінанти сучасних трансформаційних суспільних процесів

Як свідчить історична практика, тривалі періоди відносної стабільності суспільного розвитку й порядку завжди змінювалися перехідними епохами нестабільності й хаосу. Ці епохи, як правило, знаменують майбутні глибокі зміни і перетворення у суспільстві. Нелінійний стохастичний характер не дозволяє наперед передбачити, в якому напрямі відбуватимуться суспільні зміни: відображати тенденцію руху до суспільств все більшої величини й складності, все більш високих і численних рівнів організації, більшого динамізму і тіснішої взає-

модії з навколишнім середовищем або орієнтацію на спрощення системи, уніфікацію її елементів, мінімізацію зв'язків усіх рівнів і неминучий розпад системи.

Суспільство, що переживає стан нестабільності у всіх сферах, вирішує проблеми зміни самого типу соціальної системи, в рамках даної монографії називатимемо перехідним. Перехідне суспільство характеризується, перш за все, процесами переструктурування. Ці процеси торкаються сфер економіки, політики, соціальної комунікації, відносин, системи норм і цінностей, але для нас найбільш важливими є зміни інформаційних процесів, механізмів їх функціонування.

Чим викликані процеси переконструювання у суспільстві, що лежить в їх основі? Ці і подібні питання традиційно виникають в найбільш складні і кризові періоди розвитку суспільства. Ймовірно, можна вести мову про сукупність різних причин, що призводять суспільство до кризи, але їх основний сенс полягає в тому, що вони виявляються способом руху соціальної системи від її колишнього стану, через дезінтеграцію й конфлікт, до нового стану.

Основна межа нестабільного або хаотичного суспільства — його надчутливість до будь-якої флуктуації, до кожної нової ідеї, нового образу думок і дії. Фактично це означає утворення простору для індивідуальної творчості і, якщо говорити в масштабі суспільства в цілому, розширення вільного інформаційного простору.

У процесі руху суспільства до нового стану конкурують дві протилежні тенденції: стійкість наявності у даній системі зв'язків і нестійкість флуктуацій, що як упроваджуються ззовні, так і руйнують систему зсередини. Коли нові співвідношення, внесені флуктуацією, починають протистояти колишнім способам функціонування системи, остання наполегливо захищається. Якщо система є достатньо стійкою, то вона може погасити вплив новацій; якщо ж флуктуації здійснюють переважний вплив, підтримані зовнішнім середовищем, або швидко розповсюджуються, охоплюючи всю систему, то відбувається зміна всієї системи — вона переходить на новий режим функціонування.

Е. Ласло відзначає, що самі нестабільності можуть бути різного походження. Найбільш вірогідними є три причини їх виникнення: недостатня асиміляція або погане застосування технологічних інновацій (такого роду нестабільності Е. Ласло визначає як «Т-біфуркації»); політичні конфлікти, створюючи «С-біфуркації»; крах локального соціально економічного порядку під впливом криз, які інтенсифікуються, що породжують «Е-біфуркації»¹. У перехідному суспільстві присутні всі види вказаних біфуркацій в різних поєднаннях і з переважанням якої-небудь у різний час. У більшості випадків стабільність суспільств у післявоєнні роки порушується комбінацією Т- і Е-біфуркацій. Вони є результатом того, що соціально-політичні системи, що розвиваються, стають відкритими під раптовим впливом глобальних потоків інформації, технологій, торгівлі і глобальних людських потоків.

Перехід до відкритості політично ізольованих або напівізольованих систем призводить до їх включення в різноманітні і численні зв'язки із зовнішнім для них середовищем. Існуюча в закритих суспільствах інформаційна недостатність при швидкому знищенні перешкод та інформаційних фільтрів викликає ефект нееквівалентного інформаційного обміну, і в перехідне суспільство спрямовуються лавиноподібні потоки інформації. Менш розвинені країни здебільшого сприймають чужу інформацію, аніж пропонують свою на ринок соціокультурного обміну. Але наявні структури суспільства, зокрема соціальні і інформаційні, не пристосовані ані до такого обсягу інформації, ані до якісного змісту нових інформаційних потоків, і виявляються не в змозі справитися з переробкою, засвоєнням і використанням інформації, що поступає.

Система соціальної комунікації в закритому суспільстві є такою, що найефективніше нові інформаційні потоки можуть бути використані елітарною групою людей, які складають незначну частину суспільства. Це або ті соціальні групи, які завдяки своєму положенню мають можливість швидко

¹ Ласло Э. Век бифуркации. Постыжение изменяющегося мира // Путь. — 1995. — № 7. — С. 16.

«модернізуватися» (наприклад, перейшовши з партійно-владних структур в комерційні), або найбільш соціально активні й рухомі люди, що діють на свій страх і ризик в обстановці відсутності чітких законодавчих норм і переоцінки норм моралі. Велика частина суспільства продовжує жити в колишніх або гірших умовах, випробовуючи все більш сильне розчарування.

Соціально-економічна поляризація суспільства, доповнена процесами активізації частини населення, сприяє розмиванню структури суспільства, існуючої системи комунікації. В той же час, відбувається послаблення тотального контролю з боку держави за соціальними й інформаційними процесами, інформаційна політика держави перестає відігравати визначальну роль, хоча засоби масової інформації, технічні засоби з трансляції й розповсюдження інформації в значній мірі залишаються в руках суб'єкта, що управляє. Але, оскільки механізм самодобудовування структур в рамках самоорганізації ще не склався, інформаційні процеси набувають стихійного, багато в чому не передбаченого характеру.

Стан перехідності позначається на процесах руйнування синхронних і діахронних інформаційних структур. Руйнування синхронних зв'язків призводить до заповнення інформаційного поля інформаційними шумами, або інформацією, яка не відповідає потребам, не резонується з можливостями більшості індивідів до її засвоєння й використання.

Складнощі упорядкування різнорідних, поступаючих, інформаційних потоків багато в чому викликана диспропорціями у співвідношенні загальної соціокультурної і спеціальної технологічно прикладної інформації, що впливає на зміну цілей і цінностей суспільства, стандартів і способу життя значно випереджає інформацію, орієнтовану на зміну технологічних засобів. В результаті в суспільстві формуються достатньо високі життєві стандарти, запозичені в суспільствах з вищим рівнем розвитку, але у більшості соціальних груп і індивідів відсутні можливості їх досягнення.

Унаслідок збільшення кількості циркулюючої інформації комунікативний обмін стає інтенсивнішим, але, в той же

час, є мало ефективним із-за неадаптованості інформаційних блоків, деформацій колишніх інформаційних структур сприйняття й переробки інформації і відсутності нових. Інформація, що одержується в процесі інформаційних взаємодій, часто виявляється неадаптованою до ситуації, інтересів конкретних соціальних груп. Ця неадаптована інформація не може бути включена в програми соціальної діяльності, в механізми зворотного зв'язку. Реально вона служить засобом маніпулювання суспільною свідомістю.

Інтенсивні потоки інформації, що проходять по деформованих інформаційних структурах, приводять до психологічної напруженості, саме інформаційне середовище стає джерелом стресів. Внаслідок цього індивід починає віддавати перевагу такій інформації, яка не вимагає інтенсивної інтелектуальної роботи. Проте інформація, яка не вимагає зусиль для її засвоєння, сприймається пасивно, а це послабляє зворотний зв'язок. У цій ситуації суб'єкт, що управляє, спрямовує дії соціальних груп і індивідів через систему установок, що дозволяє здійснювати маніпулювання не прямо, а опосередковано, викликаючи ілюзію свободи поведінки й вибору.

Тривала інформаційна закритість, передуюча перехідному періоду, сприяє формуванню певної ментальної установки в суспільстві, що виражається в надкритичному відношенні до внутрішньої інформації, яка відображає минуле, і некритичному до інформації, що поступає ззовні. Це є своєрідною реакцією соціуму на циркуляцію в період закритості великої кількості інформологем у внутрішніх інформаційних потоках.

Найяскравіше ці установки відображаються в інформаційних пристрастях такої соціально-демографічної групи, як молодь. Вік 22–24 роки відповідає максимальній потребі у загальній інформації¹, коли комунікативні процеси відбуваються стрімко, інтенсивніше вбирається різноманітна інформація, не придатна для прикладного, спеціалізованого засто-

¹ Ильин В. В., Панарин А. С. Философия политики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. — С. 248.

сування, відбувається загальне інформаційне накопичення, орієнтоване на неспеціалізоване духовне виробництво. Саме такій загальній інформації, що поступає в суспільство у великій кількості із зовнішнього середовища, віддає перевагу молодь як соціальна група. У цьому, без сумніву, є істотні позитивні моменти — молодь знаходиться під впливом референтних груп найбільш розвинених країн світу.

Але, з іншого боку, коли цьому передуює тривала ізоляція від зовнішнього впливу, а інформаційна дія здійснюється переважно на основі певних традицій і ідеологічної демагогії, крах «залізної завіси» викликає різкий розпад традиційних зв'язків. З точки зору інформаційних процесів це означає порушення діяхронних структур. У суспільстві рветься зв'язок поколінь, загострюється конфлікт між молоддю і старшим поколінням, якому складніше адаптуватися до нової інформаційної ситуації, кардинально змінити установки, що склалися, і систему цінностей.

Взагалі можна вести мову про різну активність соціальних груп в інформаційних взаємодіях (комунікаціях), і молодь є найбільш сприйнятливою до таких блоків інформації: загальної соціокультурної, неадаптованої і нової, зокрема наукової. Але через меншу включеність в управлінські структури вона менше володіє спеціальною інформацією соціально-технологічного типу. В процесі соціалізації відбувається оволодіння саме спеціалізованою інформацією, тобто перехід до суб'єктного освоєння інформації, що дає можливість брати участь в інформаційному діалозі, взаємодії, комунікації. Це і є процесом глибшого включення у систему соціальної комунікації.

Якщо період соціалізації, як відзначають в літературі, є період прискороного засвоєння елементів суспільного середовища шляхом підвищення швидкості приросту інформації і розширення її різноманітності¹, то можна вважати, що перехідне суспільство — це суспільство, що переживає період соціалізації.

¹ Там само: С. 252.

Початок дорослості, тобто становлення відкритого суспільства, знаменується відносною інформаційною стабілізацією, при цьому інтенсивність споживання інформації залишається достатньо високою, але скорочується її різноманітність. Формування нових інформаційно-комунікаційних структур дозволяє індивіду більше орієнтуватися на переважне споживання інформації, необхідне для спеціалізованої професійної, суспільної діяльності. Проте слід враховувати, що формування нових інформаційних структур неможливо досягти шляхом їх штучного впровадження, це тільки підсилює стохастичний характер інформаційно-комунікаційних процесів перехідного періоду.

Таким чином, різке збільшення кількості циркулюючої інформації в перехідному суспільстві, не забезпечене відповідними інформаційними структурами її селекції, відбору і застосування, призводить до ситуації, коли переважають безсистемні інформаційні зв'язки й комунікації, недостатньо ефективні інформаційні взаємодії і розпадається єдине інформаційне поле, об'єднуюче людей. Незважаючи на велику кількість інформації, індивід виявляється зануреним у потік розрізнених, у принципі ніяк ієрархічно неврегульованих повідомлень: він знає помалу про все на світі, але структурна його мислення украй обмежена. Відсутність упорядкованого об'єднуючого інформаційного поля у свою чергу сприяє розриву існуючої системи соціальних комунікацій і відносин. Подібна структурна «розірвана» відсутність цілісності має негативні соціально-психологічні наслідки, викликаючи у людей відчуття невпевненості, відчуття нестійкості суспільства і свого положення в ньому.

Прагнення змінити ситуацію до кращого шляхом прискореної модернізації, як правило, приречене на невдачу. Відтворення традиційних структур або створення абсолютно нових за готовими запозиченими зразками — дві крайнощі, що часто є сусідами в перехідний період і призводять до зворотного ефекту: в результаті того, що амплітуда коливань досягає деякого порогового значення, суб'єкт блокує потік інформації, не в змозі сприймати, переробляти і застосовувати інформацію.

Загострюється суперечність, пов'язана з конфронтацією універсальних стандартів і традиційних для суспільства цінностей. Перші повинні задовольняти потреби в інформації, що забезпечує принципи ефективності і високої технологічності, які асоціюються з раціональною суспільною політикою. Останні визначають інформаційну єдність суспільства і протистоять раціональним силам. Тут дуже важливою є наявність у суспільстві еліт, які могли б дискредитувати інтереси соціальних груп, що представляються, із загальнонаціональними і загальноцивілізаційними цінностями, нерідко запозиченими. Саме такі еліти активно взаємодіють з середовищем, центрами національного і духовного виробництва і в той же час мають бути такими, що не розривають контакт з групами, інтереси яких вони представляють, що привносять в них інформацію, отриману ззовні, здатні зробити процес модернізації найменш хворобливим.

Ще одна група проблем обумовлена суперечливою взаємодією між процесом диференціації, тобто створенням структурної різноманітності соціальної системи, вимогами рівності і здатністю системи до інтеграції. Зняття багатьох заборон, характерних для закритого суспільства, можливості використовувати різноманітну інформацію в різних видах і формах діяльності, що з'явилися, веде до зростання соціальної мобільності населення. Ті індивіди, які в умовах нестабільності можуть виявити і включитися в ефективно працюючі ланцюжки інформаційних взаємодій, значно підвищують свій соціальний статус, тоді як іншим не завжди вдається навіть зберегти той, що є. Подібна диференціація стикається з егалітаристськими¹ установками суспільної свідомості, внаслідок чого важко сформулювати позитивні цілі, інтегруючі суспільство для процесів творення. Тут також виявляється характерна для перехідних суспільств тенденція переважаючої уваги

¹ *Егалітаризм* (франц. *égalitarisme*, від *égalité* — рівність) — концепція, яка передбачає створення суспільства з рівними можливостями з управління й доступу до матеріальних благ всіх його членів. Протилежність елітаризму.

до цінності слів і ідеологій і недооцінки прагматичних пропозицій, витікаючих з реальних і досяжних цілей.

Аналіз суперечностей, що виникають в ході переструктурування, модернізації соціальної системи, дозволяє висунути тезу про посилення конфліктності у перехідному суспільстві. Зростання конфліктності є наслідком загострення зіткнень за переважання тих або інших цінностей, закріплених у відповідних інформаційних структурах і претензій на певний соціальний статус, владу і ресурси, зокрема інформаційні, нових елітарних груп. Залежно від того, чи вдасться досягнення балансу між суперечностями і прагненням до консенсусу, конфлікт може стати джерелом прискорення суспільного розвитку або деструктивного соціального хаосу. По суті справи, будь-який конфлікт може розглядатися як подолання системної точки біфуркації, його успішне розв'язання супроводжується генерацією нової інформації, її виходом на новий, вищий рівень розвитку.

Складність ситуації полягає в тому, що в рамках попереднього досвіду закритого суспільства не вироблена схема розв'язання конфлікту, він не був легітимізований, оскільки в закритому суспільстві є один центр влади — держава, у якої немає конкуруючих груп. Якщо у відкритому суспільстві конфлікт розглядається як буденне явище, то в умовах моносуб'єктної політичній організації формується відношення до конфлікту як шкідливого, небезпечного явища, викликаного боротьбою групових амбіцій. Різкий сплеск конфліктності виявляється неготовністю соціальних і політичних структур до врегулювання.

У перехідному суспільстві не існує апробованих інституціонізованих механізмів конструктивного розв'язання конфліктів. Тому зростає небезпека застосування насильницьких заходів і появи людських жертв при спробах розв'язання конфліктів. Прагнення придушити конфлікт, за Р. Дарендорфом, «є не тільки аморальним, але й неефективним способом звернення до соціальних конфліктів. У тій мірі, в якій соціальні конфлікти намагаються придушити, зростає їх потенційна злоякісність». Те ж саме відноситься до всіх форм так

званої «відміни конфліктів», під якою розуміється будь-яка спроба докорінно ліквідувати суперечності: подібна спроба завжди є хибною. Соціальні конфлікти, що розуміються Р. Дарендорфом як суперечності, що систематично виростають із соціальної структури, принципово не можна розв'язати в сенсі остаточного усунення¹.

Оскільки суб'єктна різноманітність, формування якої відбувається в перехідному суспільстві, припускає множинність інтересів, позицій і цілей різних суб'єктів, виникнення суперечностей в процесі їх узгодження є неминучим. Будь-яке втручання в конфлікти повинне обмежуватися регулюванням їх прояву. Важливу роль в цьому відіграє маніфестація латентних інтересів, які лежать в основі конфлікту. Маніфестація інтересів здійснюється при виконанні певних соціальних, політичних і комунікаційних умов².

Більше того, відсутність налагодженої системи інформаційних взаємодій служить причиною загострення конфлікту: відбувається циркуляція по інформаційних каналах неточної, застарілої, суперечливої, складної, недостовірної інформації, відсутність такої або інформаційне перевантаження. Відомо, наприклад, що напруженість у політичній системі посилюється, коли починається розбалансованість інформаційних сигналів «вимога» й «підтримка» на вході у політичну систему³.

¹ Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта // Социологические исследования. — 1994. — № 5. — С. 142–147.

² Готун А. М. Нові інформаційно-комунікаційні технології в глобальній системі політичної комунікації: Автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.04. — К., 2010. — 17 с.; Дузь О. В. Інформаційно-комунікаційні технології у вітчизняних електоральних процесах: Автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. — Луганськ, 2010. — 21 с.; Кириченко К. В. «Чорний піар» як соціально-комунікативна технологія (на матеріалі виборчих кампаній у ЗМІ): Автореф. дис. ... канд. з соц. комунікацій: 27.00.06. — Х., 2010. — 16 с.

³ Мельников М. А. Информационная стабильность как фактор управления конфликтом // Социологические исследования. — 1994. — № 3. — С. 126.

Рішення, цінності, що генеруються владним суб'єктом, заломлюючись у соціальному середовищі за допомогою політичної соціалізації, через політичну культуру, стають тими самими сигналами вимоги й підтримки, від повноти і адекватності яких залежить якість нових рішень і ціннісних орієнтацій.

Значне місце у формуванні інформаційної обстановки займають засоби масової інформації. Їх роль як інформаційно-політичного інституту багато разів зростає в нестабільному перехідному суспільстві, для якого характерним є зниження рівня легітимності традиційних політичних інститутів. У такій ситуації важливо не допустити використання засобів масової інформації з метою маніпулювання суспільною свідомістю і добиватися контролю над ЗМІ з боку суспільства.

Реальний контроль є можливим, по-перше, за наявності громадянського суспільства, дистанційованого від держави як суб'єкта, що управляє, і, по-друге, коли громадська думка включається в механізм зворотного зв'язку, впливаючи на процес ухвалення значущих для суспільства рішень. Створення цих умов — одне з найбільш важливих завдань перехідного суспільства.

Громадянське суспільство характеризується відносною автономією його інститутів і організацій, саморегуляцією, складною організацією, відкритістю, високою мобільністю й динамічністю. У літературі виділяють рівні структурної організації громадянського суспільства або його підсистеми, функціональне призначення яких полягає в підтримці цілісності системи в якому-небудь з її проявів. Особистісна підсистема забезпечує відтворення потреб і інтересів людей на індивідуальному рівні.

Культурна підсистема покликана виробляти способи й засоби індивідуальної й колективної діяльності людей. Соціальна підсистема громадянського суспільства створює організаційні умови для інтеграції індивідів і груп у цілісну систему за допомогою обміну культурними зразками в процесі інформаційної взаємодії. Вона може бути представлена як сукупність символічно опосередкованих комунікацій між індивідами,

що займають певні статуси в соціальній структурі і виконують певні соціальні ролі, за допомогою яких регламентується й упорядковується їх спільна діяльність.

Особистісний, культурний і соціальний рівні організації громадянського суспільства реалізуються через відповідні системи інформаційних взаємодій (комунікацій). Осмислення потреб та інтересів, а також реальна поведінка індивідів, орієнтована на їх задоволення, відбувається за допомогою цілеспрямованої діяльності, в якій інформація циркулює як метазасоби. Створення й трансляція способів і засобів діяльності, здійснювані в культурній підсистемі, неможливі інакше, аніж через передачу інформації, через комунікацію. Організація взаємодії й спільної діяльності індивідів також припускає наявність загального інформаційно-комунікаційного поля. Останнім часом велика увага приділяється інформаційній культурі.

Природне життя людей немислиме без постійного обміну інформацією і її відбору відповідно до їх інтересів, цілей, запитів. Звідси — сучасна культура, заснована на людських інтересах і взаєминах людей, характеризується як гармонійна і надзвичайно складна інформаційна система глобального характеру.

Багатогранність культури дозволяє розглядати її як інформаційну систему, що включає як підсистеми духовно-етичні цінності, етичні норми і традиції, творчі пошуки й відкриття. Ця система не може не враховувати соціокультурну динаміку сучасного світу, для якої характерні чотири основоположні тенденції:

- центральне місце в соціокультурному процесі займає людина;
- культура знаходиться у постійному прогресивному розвитку в умовах науково-технічної й технологічної революції;
- культура розвивається паралельно з сучасним типом цивілізації;
- сучасна культура орієнтована на тенденцію до духовної інтеграції людства і ця інтеграційна тенденція стає її домінуючою.

Особливе значення останнім часом набуває розповсюдження культури за допомогою інформаційних технологій. У цих умовах культура виступає як інформаційно-комунікативний процес. Культура процвітає тоді, коли інформація доступна кожній людині, тому інформація — один з фундаментальних її проявів.

Завдяки диференційованій інформації кожна культурна підсистема дістає можливість вести діалог з іншими культурами, набуває динамізму й диференційованої структури. Збагачена серйозною інформацією, культура набуває додаткової можливості привернути увагу суспільства до щонайгостріших духовно-етичних і соціальних проблем.

Інформатизація як необхідна закономірність культурного розвитку є найважливішою потребою часу. Кінцева мета інформатизації — впровадити інформацію в загальну структуру культурного процесу. У сучасних умовах особливою необхідною є інформація, що спирається на міцні культурні основи. В результаті утворюється культурне різноманіття як необхідна умова життєздатності цивілізованого суспільства.

Будучи підсистемою культури, інформація виступає культуротворчим чинником. Вона знаходить новий соціально-культурний статус і включається в систему загальнолюдських культурних цінностей, створених людиною.

Інформацію можна визначити як загальноглобальну, планетарну цінність. В даний час вона є ефективним інструментом впливу на глобальний процес розвитку людської спільноти, направлений на формування інформаційної цивілізації. При цьому, випереджаючими темпами розвиваються нові, сучасні критерії інформаційно-культурного простору, засновані на соціально-гуманістичних принципах інформаційної політики, свободі ціннісних орієнтацій.

Доведено, що рух до інформаційної цивілізації характеризується випереджаючим зростанням культурних знань. Подвоєння обсягу культурної інформації здійснюється в перебіг усе більш коротких інтервалів часу. Відомо, що у середині століття цей інтервал у розвитку духовних ціннос-

тей складав приблизно 10–15 років; у середині ж 90-х років скоротився у декілька разів і зараз рівний приблизно двом рокам¹. Наростаючі темпи оберігають культуру від застою й консервації. Без інформатизації суспільства це було б неможливо.

У сучасному світі успішно функціонує масштабна комунікаційна система взаємозв'язку народів і культур, налагоджений механізм обміну багатобічною інформацією про всі найважливіші соціальні й культурні процеси, що здійснюються в світі. Все це зробило доступними цінності культури окремих країн і народів для широких верств населення Землі.

У сучасній ієрархії цінностей висувуються на перше місце цінності загальнолюдські. Інформація для кожного народу стала специфічним способом залучення до них. Тим часом, прагнення людства до духовної єдності й соціальної справедливості об'єктивно прославляє значення інформації, зводячи її на планетарний рівень, оскільки саме вона здатна об'єднати людей в історичному просторі й часі.

Інтеграційні культурні процеси, що посилюються й розгортаються в світовій спільноті, протікають в умовах культурної різноманітності різних цивілізацій, коли еволюція загальносвітового культурного розвитку набуває глобального характеру. Незважаючи на всі складнощі й колізії, діалог національних культур, направлений на взаєморозуміння народів, посилюється, активно сприяючи зміцненню загальнолюдських принципів світового культурного розвитку. У світі, що ускладнюється, актуалізується об'єктивна тенденція до загальнолюдського типу мислення.

¹ Історія свідчить, що інформативність у суспільстві зростає логарифмічно, а не лінійно, тому інформаційні потоки від початку людської історії посилілися надзвичайно суттєво. При цьому, майже 90% усіх винаходів і відкриттів людство зробило протягом ХХ ст. і саме вони стали рушійною силою науково-технічної революції, яка у поєднанні з ускладненням господарського, соціально-економічного, політичного життя привела сучасне суспільство до справжнього «інформаційного вибуху» [Бандура О. О. Правознавство у системі наукового знання: Монографія. — К.: НУВС, 2010. — 272 с.].

Будучи невід'ємною частиною культури в цілому, інформаційна культура є істотним моментом соціальної природи людини, її відношення до навколишньої дійсності. Саме наявність інформаційного аспекта в будь-яких культурних феноменах з'явилася однією з причин ототожнення культури й інформації, зведення всієї культури до її інформаційно-комунікаційної складової¹.

Різні автори по-різному розуміють інформаційну культуру. Одні намагаються обґрунтувати положення, згідно з яким інформаційна культура є всією сукупністю знань про основні моменти інформаційного процесу, інші трактують її в широкому й вузькому сенсі. Причому, наголошується, що в першому випадку вона розуміється в плані історичного розвитку і її істотною характеристикою є здатність випереджаючого відображення. У вузькому сенсі під інформаційною культурою розуміється рівень розвитку інформаційних зв'язків та комунікацій у конкретному суспільстві, а також характеристика специфічної інформаційної сфери діяльності людей.

У системі культури інформація набуває найрізноманітніших форм функціонування. Найбільш часто згадувана в літературі форма існування інформації — комунікація. Ця форма функціонування є основною, оскільки людська культура виникла як знакова культура. Разом з комунікацією М. Петров висуває ще дві форми функціонування культурної інформації: трансляцію й трансмутацію. Трансляція — передача соціальної спадкової інформації з метою збереження комплексів соціального досвіду; трансмутація виконує функцію імплантації нової інформації в суспільство — свого роду двигун прогресу. Виділення цих форм функціонування інформації дозволяє наочно представити розвиток інформаційної системи культури. Слід зазначити, що ці форми суперечать одна іншій: одна з них зберігає у незмінному вигляді колишній масив знання, інша змінює, руйнує цей масив. Але культура може існувати тільки за наявності обох форм. У всіх

¹ Арнольд А. И. Цивилизация грядущего столетия (Культурологические размышления). — М.: Грааль, 1997. — С. 20–31.

трьох випадках: комунікації, трансляції, трансмутації — ми маємо відправника інформації, одержувача інформації і канали, по яких вона передається. Один і той же індивід може бути задіяний як в комунікативних актах, так і в трансляціях і в трансмутаціях. Але все таки той або інший суб'єкт через свій соціальний статус і культурний розвиток використовує різне співвідношення форм передачі інформації. Наприклад, викладач займається більше трансляцією знання, учений — трансмутацією.

У основі кожної з форм лежать різні цілі виробництва інформації. І якщо комунікація протікає в одному часовому зрізі й має обмежений час циркуляції, то трансляція, що зв'язує покоління, об'єднує різні синхронні інформаційні поля і її час циркуляції залежить від того обсягу знань, який треба передати і від інтелектуальних здібностей об'єктів, що приймають інформацію. Трансмутація взагалі не має чітко фіксованого часу циркуляції, вона залежить від того, як швидко суспільство може прийняти нову і відмовитися від старої інформації. Звідси можна зробити висновок про те, що трансляція і трансмутація більш ємні й складні процеси. Саме їх існування підтверджує складність інформаційно-комунікаційної системи культури.

Культурна взаємодія носить інформаційний характер, вона володіє низкою специфічних особливостей. У культурній взаємодії цілі, які встають перед суб'єктом набувають глобального характеру, що диктується спадковою функцією культури, а також функцією збереження феномена людської культури взагалі. Тому, визначальна форма культурної інформаційної взаємодії базується на складніших формах передачі інформації: трансляції досвіду й трансмутації масиву знання.

Інформація, що є активним віддзеркаленням реальності через людський організм як провідник, проникаючи в суспільство, відображається там багато разів сама на себе. Таким чином, створюється інформаційна система культури. Ця система дозволяє інформації функціонувати, тому вона є визначальною для індивіда. А. Моль відзначає, що «структурна ор-

ганізація поля культури завжди є дуже близькою до подібної структурної організації форм мислення»¹.

Розвиток інформаційних процесів приводить до розвитку, як індивідуального інтелекту, так і колективного. Як колективний інтелект виступає культура, оскільки вона «як ціле володіє особливим апаратом колективної пам'яті й механізму вироблення принципово нових повідомлень принципово новими мовами»².

З метою продовження даної ідеї пошлемося на М. Моїсеєва, який вважає, що «стрімке зростання складності інформаційних зв'язків між людьми й кількості задіяних у цій системі індивідуальних інтелектів показує, що швидкість розвитку колективного інтелекту весь час наростає, незважаючи на те, що морфологічний розвиток мозку окремої людини вже давно припинився»³. І далі, він висуває гіпотезу: «а чи не присутні ми при якісній перебудові, здатній привести до появи у нього нових властивостей, про які ми поки не здогадуємося?»⁴.

Будучи включеною в ланцюжок розвитку існуючого матеріального світу, система культури взаємодіє зі всіма його системами й реагує на зміни, що відбуваються в них. Причому, вона не просто реагує, а відповідає відповідним чином: зворотний зв'язок є обов'язковою умовою існування відкритої системи.

Складність кожної системи визначається складністю її структури, сукупністю стійких зв'язків, що забезпечують збереження основних властивостей об'єкта при різних зовнішніх і внутрішніх змінах. Саме структура визначає поведінку системи і закони побудови її об'єктів. При цьому, структура складних систем, в даному випадку — культури, «не означає

¹ Моль А. Социодинамика культуры. Пер. с фр.; предисл. Б. В. Бирюкова. — М.: КомКнига, 2005. — С. 187.

² Лотман Ю. М. Культура как коллективный интеллект и проблемы искусственного разума. — М.: Политиздат, 1977. — С. 4.

³ Моисеев Н. Н. Проблема возникновения системных свойств // Вопросы философии. — 1992. — № 11. — С. 29.

⁴ Там само: С. 30.

механічного з'єднання компонентів системи і їх упорядкованість з неврегульованістю, автономність частин з різноманітністю, а також з принципом виборчої взаємодії, або, в ширшому сенсі, селективності, що включає розвиток різних форм спадкоємності»¹. У зв'язку зі складністю інформаційно-комунікаційної системи культури, вона містить велику кількість інформаційних та комунікаційних структур, часто дублюючих один одного.

У системі культури, на наш погляд, за функціональною ознакою слід розрізняти базові й орієнтаційні інформаційно-комунікаційні структури. Перші визначають взаємодію між компонентами культури (перш за все підсистемами), другі — визначають відносини між культурою й індивідом.

Базові інформаційні структури — це структури взаємодіючих підсистем. До таких підсистем відносяться всі види мистецтв, кожне з яких представляє систему: системи вірувань, система науки і т. д.

Інформаційні орієнтаційні структури складають основу орієнтаційних підсистем, які, у свою чергу, поділяються на знакові системи, а також системи, що мають настановчий характер, як, наприклад, традиції й звичаї. Інформаційні орієнтаційні системи мають яскраво виражений адаптивний характер, оскільки, перш за все, за допомогою цих структур людина адаптується до навколишнього середовища. Власне, культурні моделі пошуку настановчого характеру описуються в літературі, з цього приводу, наприклад Б. Парахонський відзначає, що різні типи отримання інформації людиною утворилися в результаті історичної еволюції й розвитку культурного світу. Вони упроваджені в саму організацію людської особистості, культурної свідомості у вигляді настановних моделей пошуку, отримання, організації, зберігання й передачі інформації².

¹ Кремянский В. И. Методологические проблемы системного подхода к информации. — М.: Наука, 1977. — С. 54.

² Парахонский Б. А. Язык культуры и генезис знания. — К.: Наукова думка, 1988. — 211 с.

Складна система включає багатоманітні різноманітні елементи, підсистеми, вона володіє різними рівнями. У системі культури це, перш за все, два основні рівні: ідеальний (духовний, свідомий) і матеріальний. Взаємодія між цими двома рівнями складає здібність систем до самоорганізації.

Д. Дубровський вважає, що «чим складнішою є система, що самоорганізовується, тим вищою є її можливість модельного відображення зовнішньої дійсності й самої себе і тим ширше її здатність самоперетворення й саморозвитку»¹. Підтримуючи точку зору про те, що інформація, по суті — активне відображення, через аналіз психічних процесів Д. Дубровський приходить до висновку про те, що ідеальне — це інформація в «чистому вигляді», проте без матеріального носія (нейродинамічних систем) існування його неможливе. Це твердження не заперечує існування ідеального рівня, йдеться про складний рівень взаємодії матеріального й ідеального, що є умовою існування складної інформаційно-комунікаційної системи культури.

Існування ідеального ставить інформацію в системі культури в особливе положення. Інформація може бути розглянута як субстанція системи культури. Складність останньої доводить складність функціонування в ній інформації. Механізм цього функціонування може бути виявлений тільки за допомогою суб'єктно-об'єктної взаємодії. Ступінь складності системи культури знаходиться в прямій залежності від кількості і якості інформації, механізмів її згорання і зберігання, інформаційних каналів зв'язку, їх пропускних спроможностей, а також від стану тезаурусу всіх членів інформаційного процесу, що відбувається в контексті культури.

Особливе місце в інформаційній системі культури займають знакові системи, за допомогою яких відбувається придбання, зберігання, переробка й передача інформації. Знакові системи, як і всі підсистеми культури, розвивалися у міру розвитку культури, в результаті «вся культура людства зна-

¹ Древние цивилизации. — М.: Мысль, 1989. — С. 110.

ходить своє відображення в знаках, і вивчення знакових систем — це аналіз духовного змісту культури й пов'язаних з нею помилок»¹.

Як породження людської рефлексії, знакова система зберігає її іманентні властивості — подвійну природу приналежності до ідеального світу «чистої» інформації і, одночасно, матеріального світу, що відображається. Знак заміщає об'єкт, що позначається ним для функціонального існування в системі культури. Єдиний шлях збереження інформаційної системи культури, а значить — і феномена людини — навчання включених в систему індивідів кодуванню (і, відповідно, декодуванню). При цьому, накопичення інформації приводить до розвитку старих кодів, їх відмирання й появи нових, більш досконаліх. Фактично накопичення всіх кодів (навіть нижчих за нашою ієрархією) і навиків володіння ними продовжується все життя. Все життя ми удосконалюємо й надбудовуємо всі коди взаємодії з дійсністю, але після введення чергового, вищого типу кодів відбуваються якісні зміни не тільки в нашому баченні світу взагалі, але й операції з уже знайомими кодами. Кожна підсистема культури має свої власні коди, універсальним же кодом є мовна знакова система, яка використовується практично в усіх способах інформаційної комунікації.

Розвиток знакових систем і соціального кодування, разом з тим, є психічним процесом, тому при аналізі сучасних знакових систем завжди належить враховувати аперцепцію (вплив усього попереднього досвіду людини на її сприйняття предметів і явищ), яка свідчить про безперервність процесу формування знакових систем і багато в чому визначає спадкоємність у системі комунікацій і культури. За свою історію культура сформувала велику кількість семантичних систем. Н. Салміна наводить три системи семантик²:

¹ *Налимов В. В.* Вероятностная модель языка. — М.: Наука, 1974. — С. 67.

² *Салмина Н. Г.* Знак и символ в обучении. — М.: Изд-во МГУ, 1988. — С. 21

- семантика, пов'язана із загальноприйнятими, загальнолюдськими значеннями й нормами (соціальні норми поведінки, алфавіт і т. д.);
- функціональна семантика, в якій значення окремих елементів обумовлюється метою діяльності;
- індивідуальна семантика, обумовлена особистою значущістю.

По суті, ці три системи семантик визначають три рівні суб'єктно-об'єктних відносин, комунікацій в інформаційній системі культури:

- загальнокультурний (як у локальній, так і в загальній культурі);
- спеціалізований (груповий або професійний);
- індивідуальний.

Ці рівні є горизонтальними, в них можуть існувати практично всі відомі знакові системи.

Як будь-яка складна система, інформаційна система культури володіє емерджентними властивостями. Емерджентна система повинна як цілісне протистояти навколишньому середовищу й складатися із взаємозв'язаних елементів; при цьому необхідною є наявність у системі двох або більше типів зв'язків. Дійсно, складна система, що володіє відповідним складним механізмом функціонування, повинна володіти різними типами системотворчих зв'язків. У системі інформаційних комунікацій це — матеріальні, енергетичні й інформаційні зв'язки. Останні є основними і приводять до формування величезного числа інформаційних взаємодій.

Тільки як про цілісне утворення ми можемо судити про якість системи, тільки в такому сенсі ми можемо порівнювати й оцінювати систему. Таким чином, складна система розвивається тільки як цілісне утворення, разом з нею розвиваються всі компоненти. Визначення якості системи інформаційних комунікацій можливе через аналіз існуючої інформації і через такі її властивості як кількість, якість, цінність, а також через аналіз інформаційних підсистем.

Подібний аналіз можливий тільки за допомогою інтроспекції (самопостереження), коли людина, відчуваючи і ус-

відомлюючи себе всередині системи культури, спостерігає за цим контекстом свого існування й аналізує його зміни, тобто створює новий інформаційний пласт культури — культуру інформаційних комунікацій.

Неаддитивний принцип приводить до низки цікавих спостережень. Так, за цим принципом Ю. Шрейдер і А. Шаров класифікують системи за двома типами: зовнішні й внутрішні системи. Згідно з цією класифікацією, внутрішня система — це «дане в досвіді цілісне утворення (наприклад, організм), до якого можна застосувати процедури розчленовування, представляючи цю систему у вигляді деякої структури складників», під зовнішньою системою розуміється «клас об'єктів загальної природи, об'єднаних деякою цілісністю». При цьому, «якщо для зовнішнього середовища системи характерною є щонайтісніша спорідненість (гомологія) її компонентів, то внутрішня система складається з істотно різноманітних компонентів — підсистем»¹. По суті, тут представлені два варіанти неаддитивності.

Застосування цієї класифікації до системи інформаційно-комунікаційної культури дозволяє виявити підсистеми як зовнішні (текст, мистецтво комунікацій), так і внутрішні (система суб'єктивно-об'єктивної інформаційної взаємодії, комунікативні традиції), у відношенні ж всієї системи в цілому віднести її до якого-небудь одного варіанту достатньо важко. Швидше за все, вона належить до проміжного типу. Така внутрішньо-зовнішня дихотомія ще раз підкреслює складність організації інформаційно-комунікаційних систем і їх пластичність.

Виникнення все нових і нових підсистем і компонентів означає, що система є динамічним утворенням. У свою чергу, її здібність до розвитку вказує на приналежність до складних систем, «розвиток як процес відрізняється від руху своєю системністю, він, тому є конкретним, що, будучи внутрішньо розчленованим, не може бути розкладеним, разом з тим, на

¹ Шрейдер Ю. А., Шаров А. А. Системы и модели. — М.: Радио и связь, 1982. — С. 10–11.

суму окремих ознак або процесів, його розчленованість — це диференційованість цілого»¹.

Чим складніша система, тим вона менш детермінована. Складна структура і організація систем інформаційних комунікацій визначають ослаблений процес і одночасно складний рівень детерміації. Цей рівень визначається зовнішньою взаємодетермінацією, що виникає внаслідок взаємодії з навколишнім середовищем (іншими системами) і детермінацією внутрішньою: взаємодетермінацією інформаційно-комунікаційних підсистем і системи в цілому, а також взаємодіями між компонентами, які мають найрізноманітніший характер. Оскільки особливе положення інформації в системі культури приводить до інтенсивних, багатоваріантних взаємодій, то це повністю виключає жорсткий детермінізм.

На зв'язок між складністю побудови й детермінізмом неодноразово наголошується в науковій літературі. Можна стверджувати, що первинна різноманітність, що виникає як продукт багатозначної детермінації, залишається прихованою і виявляється тільки в процесі зіставлення розміру альтернатив початкової структури з тенденцією генезису подальших структур, мислимою не у формі вибору з наперед визначених можливостей, а у вигляді процесу їх формування. Через перетин різних ліній зовнішньої і внутрішньої детермінації поведінка як цілісної інформаційно-комунікаційної системи, так і підсистем комунікації має альтернативний характер.

Свобода приросту інформації усередині системи, підтверджуюча принцип необхідної різноманітності У. Ешбі, збільшує інформаційну причинність, джерела обурення мають при цьому інформаційний характер — дисфункції каналів зв'язку, неякісна інформація тощо. В результаті система, з метою самозбереження, повинна орієнтувати свою структуру на обробку інформації, одержаної при втручанні інших систем (ззовні) і перешкод усередині системи.

¹ Кацперский В. И. Отражение и функция. Роль процессов отражения в детерминации развивающихся систем. — Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1989. — С. 64.

Як будь-яка складна система, система інформаційних комунікацій, що розглядається нами, є доцільною. Під доцільністю розумітимемо таку форму сумісності елементів, при якій взаємодія між ними служить збереженню даної системи¹. Але ослаблена детермінація призводить до того, що не всі ситуації визначаються жорсткою метою і поведінка системи іноді здається безцільною. Відсутність чітких цілей означає, що система, що вивчається, не має строгої ієрархічної структури. Проте, з метою виживання й самозбереження вона вимушена постійно вибудовувати гнучкі ієрархічні структури, що мають інформаційний характер. Ця думка добре пояснює гіпотезу Ю. Шрейдера і А. Шарова щодо того, що «для складних систем характерна можливість поведінки, заснованої не на заданій структурі цілей, а на системі загальних цінностей, що дозволяють здійснити ієрархічну систему управління»².

Детермінація й доцільність визначають організацію системи. Складність організації визначається також кількістю і рівнем взаємодій. Якщо ж врахувати, що інформаційна взаємодія, власне визначає систему інформаційних комунікацій, то відносно складності організації не доводиться сумніватися. Проте, не всякі взаємодії визначають організацію, а тільки такі, які мають стійкі зв'язки, опосередковані структурою. Можна сказати, що особливість організації визначають саме зв'язки. У кожній системі зв'язки мають якусь визначальну ознаку, у системі комунікацій вони носять інформаційний характер, але кожна її підсистема, у свою чергу, має специфічні інформаційні зв'язки.

Складноорганізована система інформаційних комунікацій має цілу структуровану інформаційну мережу зв'язків; крім того, з метою самозбереження вона прагне закріпити інформаційні зв'язки багатократним дублюванням. А оскільки організація можлива тільки в цілісній неаддитивній системі,

¹ Принципы организации социальных систем. — Киев–Одесса: Вища школа, 1988. — С. 14.

² Детерминизм: системы, развитие. — Минск: Наука и техника, 1985. — 261 с. — С. 77.

розрив зв'язків між взаємодіючими компонентами призводить до дисфункції організації. Отже, послаблення зв'язків призводить до послаблення організації. Звідси, як нам здається, такий інтерес і така потреба в універсальному кодуванні, ідея метамови. Оскільки організацію слід розглядати як «безперервний і стійкий процес становлення і споживання нових властивостей»¹, проблема інформаційних зв'язків знову і знову постає перед комунікаційними процесами (зокрема, перед культурою комунікацій). Це свідчить про пластичну організацію системи, здатної швидко реорганізуватися і такої, що є основою для адаптації. Пластична організація в сумі із здібністю до ідеального проводить до ще однієї специфічної межі: направленому прагненню до гармонії як якогось загального ідеалу. Гармонія відображає відповідність і впорядкованість частин цілого, тому, якщо система комунікацій націлена на досягнення якогось ідеального стану — гармонії, то таким станом може вважатися якийсь оптимальний ступінь гомеостазису. При цьому, гармонійне співвідношення частин може бути різним, а це означає, що гомеостазис кожного разу має нову якість.

Здатність системи до вирішення подібних завдань вказує на її здатність до самоорганізації. Самоорганізація — процес створення, вдосконалення і самовідтворення основних структур. Під системою, що самоорганізовується, зазвичай розуміють систему управління, здатну постійно підтримувати свою якісну визначеність і здійснювати цілеспрямоване функціонування і саморозвиток. Самоорганізація можлива тільки в інформаційній, відкритій, складній системі, що має нежорсткі, імовірнісні зв'язки.

Володіючи високим рівнем розвитку інформації, більше того, будучи інформаційною системою, комунікаційна система має вищий рівень самоорганізації. Вона здатна оперувати інформацією, такою, що не тільки функціонує у системі в даний момент, а й накопиченої попередніми поколіннями,

¹ Принципы организации социальных систем. — Киев—Одесса: Вища школа, 1988. — С. 14.

які освоїли й удосконалили способи кодування інформації. В результаті процес, що самоорганізовується, протікає по складних, емпірично перевірених, стійких зв'язках, інформація, що служить новим матеріалом для змін в системі комунікації, фільтрується. У літературі самоорганізація описується як вічний процес самоудосконалення, «чим складнішою є система, яка самоорганізовується, тим більшими є її можливості модельного відображення зовнішньої дійсності і самої себе і тим ширшою є її здатність самоперетворення й саморозвитку»¹.

Зі складності структури і особливостей організації системи витікає її багатофункціональність. Якщо функція розуміється як таке відношення частини до цілого, при якому саме існування або зміна частини веде до певної або форми прояву, або зміни цілого, то, безумовно, одна лише кількість компонентів, підсистем, іншими словами, частин інформаційно-комунікаційної системи, свідчить про багатофункціональність останньої. У літературі вказується на чотири принципи функцій:

- 1) принцип актуалізації функції — кожна нова властивість потенційно є функцією;
- 2) принцип нейтралізації дисфункцій — з метою самозбереження система прагне нейтралізувати дисфункції;
- 3) принцип зосередження функцій — кожна нова функція залишається частиною основної функції;
- 4) принцип лабілізації функцій — зміна співвідношень стійкості структури і рухливості її функцій.

Тільки у разі здійснення чотирьох принципів система комунікацій прогресуватиме, тобто нормально розвиватиметься, зберігаючи стабільність, прогресивний режим і долаючи флуктуації.

Функції інформаційно-комунікаційної системи з точки зору інформаційного підходу, це:

- функція відображення, внаслідок чого уможливується існування інформаційно-адаптивного середовища для виживання феномена людського інтелекту;

¹ Древние цивилизации. — М.: Мысль, 1989. — С. 110.

- комунікативна функція — комунікаційна система виступає як середовище для обміну інформацією, спілкування;
- функція розвитку інтелекту — психічного механізму, здібного до активного віддзеркалення;
- усі соціальні процеси можливі тільки в інформаційному культурному середовищі.

З нашої точки зору, великими пізнавальними можливостями володіє тлумачення інформаційно-комунікаційної системи як єдності інформаційних здібностей і творчої інформаційної діяльності, суб'єктів, що реалізуються в інформаційній взаємодії, в процесі створення, зберігання, перетворення, трансляції, сприйняття і використання інформації в суспільстві.

Соціальна значущість інформаційно-комунікаційних процесів полягає в тому, що тільки на основі їх формування й розвитку стає можливим успішне розв'язання суперечності між великою кількістю інформації, що зростає, і обмеженими можливостями її сприйняття. Уміле поводження з інформацією припускає наявність у людини високого рівня інформаційної культури, супроводжуючої всі стадії її дій як з інформацією, так і з іншими суб'єктами комунікації.

Таким чином, системотворчим чинником інформаційної комунікації виступає інформаційна діяльність. При такому підході система інформаційної комунікації включає взаємодіючих суб'єктів, їх здібності, навички й уміння роботи з інформацією, наявність у них певних інформаційних потреб і інтересів. Невід'ємним компонентом інформаційно-комунікаційної системи є необхідний і достатній обсяг інформації, її оптимальна надмірність, високі пізнавальні, естетичні і етичні достоїнства і соціальна значущість. Тут уже мова йде про інформаційну культуру, до складу якої входить новітня інформаційна техніка і уміння ефективно її використовувати в практичних і пізнавальних цілях.

Інформаційна культура є поліфункціональною. Її загальними початковими функціями є:

- регулятивна — інформаційна культура здійснює вирішальний вплив на всі моменти інформаційної діяльності;

- пізнавальна — інформаційна культура безпосередньо пов'язана з дослідницькою діяльністю суб'єкта;
- комунікативна — інформаційна культура є невід'ємним моментом взаємозв'язку людей;
- виховна — інформаційна культура бере активну участь в освоєнні людиною всієї культури, оволодінні всіма накопиченими багатствами.

У даний час стає все більш очевидним той факт, що оптимальний і ефективний розвиток інформаційної діяльності все більше залежатиме від рівня розвитку інформаційної культури всього суспільства і кожного його члена, оскільки саме за допомогою її людина одержує необхідні знання, навички, уміння роботи з інформацією.

Процес формування громадянського суспільства стає можливим у міру складання передумов у всіх сферах життєдіяльності. З точки зору матеріального виробництва, це створення індустріального суспільства на базі крупної промисловості при високому рівні науково-технічного забезпечення виробництва. У економічних відносинах громадянське суспільство розглядається як суспільна система переважаючого ринкового механізму регулювання. У політичному відношенні основним принципом і формою політичного існування громадянського суспільства виступає демократія.

З точки зору соціальної структури базою громадянського суспільства є складнодиференційована й стратифікована система, яка складається з безлічі різномірних груп і прошарків, об'єднаних спільними умовами життя, типом культури й ареалом найбільш характерних інформаційних зв'язків, комунікацій. Залежно від реального доступу до дефіцитних ресурсів, це суспільство умовно можна розділити на вищі, середні й нижчі класи. Традиційно вважається, що соціальною базою громадянського суспільства виступають середні класи або прошарки. Їх стійке положення і спосіб життя створюють передумови для стабільного існування всього суспільства. Особлива роль, яка відводиться середньому класу, пояснюється тим, що через свій проміжний стан він сполучає дві протилежні тенденції: з одного боку — він є зацікавленим у

динамічному існуванні, з іншого — у збереженні стабільності суспільства і свого положення в ньому.

Представники середніх прошарків — це люди, що відчують себе природно у динамічному, відкритому і тому різноманітному суспільстві. Таке середовище, по-перше, вимагає від людини ініціативи, самостійності, індивідуальності. По-друге, робить людину терпимою до крайнощів, що гармонізують різні політичні інтереси, соціальні стереотипи. Таке середовище виховує і робить гарантом свого існування «середньої» людини як здатної вибрати оптимальний спосіб міжособистісної комунікації з різних можливих рішень.

Нарешті, в духовно-ідеологічному плані громадянське суспільство продукується у відкритому суспільстві, яке відрізняється різноманітністю думок і ідей, толерантністю, критичним сприйняттям дійсності, раціоналізмом, гуманізмом, поліваріантністю комунікаційних процесів. Як таке це суспільство протистоїть закритій системі з її установкою на одноманітність думок, нетерпиме відношення до інакодумців і догматизм.

Громадянське суспільство припускає існування легальних інформаційних каналів вираження думок та інтересів різних соціальних груп і прошарків. Громадська думка може як прискорювати, так і гальмувати перетворення, що проводяться суб'єктом, що управляє. Відношення до них суб'єктів громадської думки виявляється в сукупності ідей, поглядів, думок, поведінкових установок, що характеризують групову свідомість, яка протистоїть структурам влади.

Система відносин суб'єкта, що управляє, і громадської думки є одним з важливих механізмів суспільного розвитку. Виділяється два крайні типи такої взаємодії: патерналістський і заснований на принципах соціального партнерства. Перший характерний для закритих суспільств, де органи влади майже повністю підпорядковують собі громадську думку, декларується існування однієї громадської думки — «загальнонародної», фактично цілком співпадаючої з офіційною ідеологією. «Неофіційна» думка, неспівпадаюча з «загальнонародною», пригнічується або підкоряється офіційній. Прак-

тична взаємодія владних структур і громадської думки засновано на ігноруванні останнього властями, невключенні його в управлінські рішення, або імітація його використання.

Другий тип відносин складається у суспільствах відкритого типу: на основі ідеології соціального партнерства, при якому за різними суб'єктами громадської думки зберігається автономія і можливість виражати себе в різних формах. Така можливість закріплюється системою економічних, політичних і правових гарантій вільного й дієвого функціонування громадської думки. Допускається певне рівноправ'я у відносинах громадськості і владних структур. Нормою їх взаємодії є включеність громадської думки у процеси управління на всіх його стадіях. Саме включення громадської думки в управлінські рішення здійснюється систематично і в різних формах, починаючи з використання його як фону для вироблення рішень, і закінчуючи його повним включенням.

Перехідне суспільство знаходиться на шляху від одного типу відносин владних структур і громадської думки до іншого. Критеріями завершеності переходу можуть служити наступні: готовність влади до комунікацій і взаємодії з громадською думкою; повнота включення громадської думки в управлінський процес; швидкість реагування органів влади і управління на оцінку інформацію; розповсюдження реакцій владних структур на всю різноманітність суб'єктів громадської думки; ефективність комунікацій.

Виражена соціальними суб'єктами і врахована суб'єктом управління громадська думка є свідомством відлагодженого механізму зворотного зв'язку в соціальній системі, гарантією того, що негативні зворотні зв'язки у системі комунікацій (передусім інформаційних) забезпечують цілісність і гомеостазис системи за рахунок елімінування руйнуючих її флуктуацій, а позитивні сприяють її розвитку за допомогою збільшення складності і зростання різноманітності.

ПІСЛЯМОВА

Розвиток інформаційних комунікацій та інформаційно-комунікаційних технологій здійснювався у соціумі по лінії їх ускладнення й диверсифікації у вигляді послідовного переходу від простих моделей до складних. Поява професійних способів інформаційно-комунікативної дії пов'язана з розвитком соціальних відносин. До середини ХХ століття склалися основні моделі інформаційних комунікацій, які можна назвати класичними, оскільки всі вони мають яскраво виражену соціальну обумовленість.

Поняття інформаційна комунікація — складний культурно-історичний феномен, за яким легко вгадуються ті або інші суспільні потреби, світоглядні принципи й ціннісні орієнтації, що дозволяє визначити інформаційно-комунікаційні технології як соціально обумовлену сукупність інтегрованих прийомів і методів інформаційно-комунікативної дії, технічних і програмних засобів, які використовуються в процесі обміну продуктами матеріальної й духовної діяльності і взаємодії між індивідами, соціальними прошарками і групами, з метою збору, обробки, зберігання, розповсюдження, відображення і використання інформації для регуляції й управління процесами життєдіяльності.

Дослідження статусу й місця сучасних інформаційних комунікацій в соціально-економічній сфері дозволяє вести мову про існування тенденцій, пов'язані з процесами вертикальної дезинтеграції. Це забезпечується за допомогою достатньо складної інфраструктури комунікацій і комп'ютерного устаткування, яка і дозволяє забезпечувати контроль і координацію діяльності. Інформаційно-комунікативні технології, тут використовуються як інструмент вирішення складних проблем корпорацій в умовах сучасного глобалізованого ринку. Використання цього інструменту дає суперечливі результати з точки зору використан-

ня різних моделей інформаційних комунікацій. Поява нових соціальних прошарків веде до зростання рівня складності соціальних відносин, що виявляється в сучасних інформаційних конфліктах і з необхідністю веде до урахування й використання всіх семіотичних аспектів інформації: знакового, смислового й прагматичного.

З іншого боку, процес комунікаційної модифікації інформації в інформаційно-комунікаційних каналах може мати негативні наслідки як для окремої особистості, так і для суспільства.

Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у сфері культури суттєво підвищує інтенсивний інформаційний обмін. У той же час, перетворення інформації в товар призводить до того, що товарні відносини неминуче розповсюджуються на сферу культури. Йде нерівномірний розподіл у світі наукових і культурних центрів. Виникає багато суперечливих оцінок з питання якості споживаної інформації. Можна вести мову про факт глобального впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій більшою мірою на рівні деяких специфічних контекстів, аніж на загальному рівні суспільної свідомості.

У сучасному світі бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, методів інформаційних впливів багато чого залежить як від суб'єктів інформаційно-комунікативної дії, так і від характеру соціальних відносин, між цими суб'єктами. Діяльність суб'єктів інформування в сучасному світі зрештою визначатиметься соціальними чинниками. Шляхи розвитку інформатизації суспільства виявляються пов'язаними з труднощами і чреваті конфліктами, але ці конфлікти зазвичай породжені не тільки технічними проблемами інформатизації або комунікації. Це, перш за все, проблеми самого суспільства і для їх вирішення необхідними є зусилля у соціальній сфері.

Нові інформаційно-комунікаційні технології створюють унікальні можливості прямого діалогу між людьми практично незалежно від ситуації і їх фізичного місцезнаходження. Але з іншого боку, інформаційно-комунікаційні технології можуть не тільки полегшувати комунікацію, але й внаслідок своєї інструментальної природи її ускладнювати. Симбіоз інформа-

ційно-комунікаційних і соціальних технологій в сукупності з використанням можливостей сучасних біотехнологій несе потенціал, здатний зруйнувати багато конститутивних елементів у традиційній структурі людського досвіду, поставити його під контроль, а в перспективі і зовсім замінити його. Це, у свою чергу, може призвести до зміни глибинних механізмів, що формують самосвідомість людини. Тому, в сучасному світі бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, методів інформаційної дії виникає необхідність поглиблення розуміння філософського принципу гуманізму.

У країнах перехідного типу, до яких відноситься й Україна, інформаційна складова відіграє особливу роль у державному управлінні перехідними перетвореннями. Інформаційна політика влади може як сприяти швидкому встановленню нових соціальних порядків, так і деформувати демократичну спрямованість соціально-політичного процесу.

Аналіз місця й ролі інформаційно-комунікаційних технологій у соціальних відносинах в сучасній Україні свідчить, що розвиток моделей інформаційно-комунікаційних технологій в 90-і роки (часи становлення української державності) був багато в чому детермінований процесами глобального транзиту варіантів інституціалізації сфери суспільних відносин. Розвиток шляхом технократичної медіатизації (з допомогою тільки програмно-технічних засобів і інформаційно-комунікаційних технологій, симуляцій), модифікацій інформації або перетворення її в зону владно-дисциплінарного контролю робить велими проблематичним розвиток інформаційно-комунікаційних технологій як інструменту інституціалізації сфери суспільних відносин, як засобу забезпечення інформаційної безпеки і створення позитивної репутації України на міжнародній арені.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Аверин А. Н.* Социальная информация и ее роль в управлении. — М.: Наука, 1995. — 91 с.
2. *Адорно Т.* О технике и гуманизме // Философия техники в ФРГ. — М., 1989. — С. 367–370.
3. *Ажажа В. Г., Белимов Г. С.* К вопросу об информационной первооснове микро- и макромиров Вселенной // Философские науки. — 2001. — № 1. — С. 12–18.
4. *Алещенко В. І., Сніцаренко П. М., Кливецъ В. В.* Основні умови ефективного державного управління процесом забезпечення інформаційної безпеки України у воєнній сфері // Стратегічні пріоритети. — 2011. — № 4 (21). — С. 18–27.
5. *Андрющенко М. Ю.* Іміджеві імперативи українського телебачення: монографія. — К.: Щек, 2008. — 216 с.
6. *Анисимов В.* Интернет не делает людей психами и самоубийцами. — <http://www.netoscope.ru>.
7. *Аристотель.* Поэтика. Риторика. — СПб.: Азбука, 2000. — 346 с.
8. *Арнольд А. И.* Цивилизация грядущего столетия (Культурологические размышления). — М.: Грааль, 1997. — 328 с.
9. *Афанасьев В. Г.* Общество: системность, познание и управление. — М.: Политиздат, 1981. — 432 с.
10. *Афанасьев В. Г.* Социальная информация и управление обществом. — М.: Политиздат, 1975. — 408 с.
11. *Ахиезер А. С.* РОССИЯ: критика исторического опыта. (Социокультурная динамика России). От прошлого к будущему. — 3-е изд, доп. — М.: Новый хронограф, 2008. — 938 с.
12. *Бандура О. О.* Правознавство у системі наукового знання: Монографія. — К.: НУВС, 2010. — 272 с.
13. *Барматова С. П.* Политика, информация, коммуникация: пространство взаимодействия: Монография. — К.: ГАРККиИ, 2009. — 284 с.
14. *Бахтин М. М.* Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках // Литературно-критические статьи. — М.: Художественная литература, 1986. — 480 с.

15. Бахтин М. М. Философия и социология гуманитарных наук / Вступ. ст. Н. Л. Васильева. — СПб.: Аста-пресс, 1995. — 380 с.
16. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. — М.: Художественная литература, 1979. — 412 с.
17. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика. — СПб.: Алетейя, 1999. — С. 193–226.
18. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. — Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000. — 96 с.
19. Бодрийяр Жан. Прозрачность зла: Сборник эссе; Пер. с фр. Л. Любарской и Е. Марковской. — 4-е изд. — М.: Добросвет, 2010. — 257 с.
20. Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. — М.: Республика: Культурная революция, 2006. — 268 с.
21. Бубер М. Два образа веры. — М.: Республика, 1995. — 464 с.
22. Бурдые П. Социология социального пространства. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. — 288 с.
23. Василик М. А. Основы теории коммуникации / М. А. Василик, М. С. Вершинин, В. А. Павлов; под ред. М. А. Василика. — М.: Гардарики, 2005. — 615 с.
24. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. — М., 1968. — 200 с.
25. Висоцька О. Є. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства): Монографія. — Д.: Інновація, 2009. — 316 с.
26. Виходець О. М. Соціальні комунікації в культурі української організації: Монографія. — О.: Олтех, 2010. — 285 с.
27. Волков А. А. Основы русской риторики. — М.: Издание филологич. ф-та МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. — 344 с.
28. Гайдабрус Н. В. Смысл жизни человека в условиях глобальных проблем современности: Монография. — Пенза: Изд-во ПГУАС, 2011. — 119 с.
29. Гайденко П. П. Человек и история в экзистенциальной философии К. Ясперса // Ясперс К. Смысл и назначение истории. — М.: Политиздат, 1991. — С. 5–26.
30. Гегелова Н. С. Культурная миссия телевидения. — М.: РУДН, 2011. — 263 с.
31. Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа // Соч. в 14 т. — М.: Соцэкгиз, 1959. — Т. 4. — 440 с.

32. Генис А. А. Вавилонская башня: Искусство настоящего времени: Эссе. — М.: Независимая газета, 1997. — 251 с.
33. Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации. — М.: Академический проект, 2003. — 528 с.
34. Гладуэлл М. Переломный момент. Как незначительные изменения приводят к глобальным переменам. — М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2010. — 256 с.
35. Глушков В. М. Мышление и кибернетика // Вопросы философии. — 1963. — № 1. — С. 8–14.
36. Гоббс Т. Левиафан // Соч. в 2 т. — М.: Мысль, 1991. — Т. 2. — 735 с.
37. Гольбах П. А. Катехизис природы // Избранные произведения: в 2-х т. — М.: Мысль, 1963. — Т. 2. — 564 с.
38. Горбулін В. П., Додонов О. Г., Ланде Д. В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: Монографія. — К.: Інтертехнологія, 2009. — 164 с.
39. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / Наук. ред. Л. А. Дубровіна. — К.: НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2010. — 360 с.
40. Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: Монография. — Х.: ФЛП Либушкина Л. М., 2009. — 816 с.
41. Горбенко Я. О. Наукові комунікації в сучасному українському суспільстві: Автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04. — Х., 2010. — 20 с.
42. Горпенко В. Г. Монтаж: Кіно. Телебачення. — К.: КиМУ, 2004. — 272 с.
43. Готун А. М. Нові інформаційно-комунікаційні технології в глобальній системі політичної комунікації: Автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.04. — К., 2010. — 17 с.
44. Гражданское общество в эпоху глобальной информатизации: II Молодежная научная конференция, Москва, 19–20 ноября 2010 г.: Сборник материалов / Редкол.: В. А. Луков (отв. ред.), В. И. Буренко, А. К. Сквиков. — М.: Изд-во Московского гуманитарного ун-та, 2010. — 242 с.
45. Гриценко О. В. Глобальні стратегії розвитку інформаційного суспільства: досвід для України // Стратегічні пріоритети. — 2010. — № 3 (16). — С. 120–125.
46. Грушин Б. А. Массовая информация в советском промышленном городе. — М.: Политиздат, 1980. — 446 с.

47. Гуссерль Э. Картезианские размышления. — СПб.: Наука, Ювента, 1998. — 480 с.
48. Даніл'ян В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз): Монографія. — Х.: Право, 2008. — 200 с.
49. Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта // Социологические исследования. — 1994. — № 5. — С. 142–147.
50. Детерминизм: системы, развитие. — Минск: Наука и техника, 1985. — 261 с.
51. Дзьобань О. П., Грубов В. М. Загальна характеристика суспільства як системи: системний і синергетичний аспекти // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія / Редкол.: А. П. Гетьман та ін. — Х.: Право, 2011. — Вип. 10. — С. 69–77.
52. Дзьобань О. П. До питання про тенденції соціокультурної трансформаційної динаміки // Наукові записки Харківського університету Повітряних Сил. Соціальна філософія, психологія. — Х.: ООО «Апекс+», 2005. — Вип. 1(22). — 2005. — С. 85–91.
53. Дзьобань О. П., Жданенко С. Б. Особистість і громадянське суспільство у проблемному полі синергетичної комунікації // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія / Редкол.: А. П. Гетьман та ін. — Х.: Право, 2010. — Вип. 5. — С. 72–82.
54. Дзьобань О. П. Засоби масової комунікації в контексті інформаційної безпеки: діяльнісні й функціональні аспекти // Наукові записки Харківського університету Повітряних Сил. Вип. 2(23). — 2005. — С. 37–43.
55. Дзьобань О. П. Засоби масової комунікації в культурі суспільства постмодерну // Інформація і право. — К., 2011. — № 3 (3). — С. 93–101.
56. Дзьобань О. П. Інформаційна безпека у проблемному полі соціокультурної реальності: Монографія. — Х.: Майдан, 2010. — 260 с.
57. Дзьобань О. П. Комунікація: до питання про концептуалізацію дефініції в соціальній філософії // Інформація і право. — К., 2011. — № 2 (2). — С. 46–52.
58. Дзьобань О. П. Національна безпека в суспільствах транзитивного типу: Монографія. — Х.: НАУ ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 2004. — 291 с.

59. Дзьобань О. П. Національна безпека в умовах соціальних трансформацій (методологія дослідження та забезпечення): Монографія. — Х.: Константа, 2006. — 440 с.
60. Дзьобань О. П., Калиновський Ю. Ю. Суспільна правосвідомість як комунікативно-дискурсивний феномен // Практична філософія. — 2010. — № 2 (36). — С. 160–166.
61. Дзьобань О. П., Лукашевич С. Ю. Соціально-політичне середовище як комплекс динамічних взаємодій порядку й хаосу // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія / Редкол.: А. П. Гетьман та ін. — Х.: Право, 2012. — Вип. 11. — С. 69–77.
62. Древние цивилизации. — М.: Мысль, 1989. — 479 с.
63. Дубов Д. В. Сучасні тенденції забезпечення кібербезпеки на міжнародному рівні // Стратегічні пріоритети. — 2011. — № 4 (21). — С. 5–11.
64. Дузь О. В. Інформаційно-комунікаційні технології у вітчизняних електоральних процесах: Автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. — Луганськ, 2010. — 21 с.
65. Духовні цінності в умовах глобальних цивілізаційних трансформацій: Монографія / Баран Л., Баран Р., Власова О. та ін. / [Т. І. Власова (заг. ред.), Т. М. Талько (заг. ред.)]. — Д.: Маковецький, 2009. — 404 с.
66. Ермалавичюс Ю. Ю. На смене эпох. Современные особенности исторического развития человечества. — 2-е изд., доп. — М.: Правда народов содружества, 2002. — 146 с.
67. Ершова И. В. Феномен глобализации и интеграции в контексте Болонского процесса: Монографія. — Архангельск: Поморский ун-т, 2011. — 141 с.
68. Западничук О. П. Інформаційно-комунікативні технології як інструмент проведення адміністративної реформи // Стратегічні пріоритети. — 2011. — № 3 (20). — С. 127–133.
69. Зернецька О. В. Провідні друковані медіа та глобальна криза // Стратегічні пріоритети. — 2011. — № 4 (21). — С. 39–44.
70. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации: Монографія. — К.: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2009. — Ч. 1: Информация и коммуникация. — 190 с.
71. Європейські комунікації: політичні, економічні, правові, безпекові, дипломатичні, суспільні та культурні аспекти: Монографія /

- Макаренко Є. А., Ожеван М. А., Бебик В. М. та ін. — К.: Центр вільної преси, 2007. — 535 с.
72. Ильенков Э. В. Диалектическая логика: Очерки истории и теории. — 2-е изд., доп. — М.: Политиздат, 1984. — 320 с.
73. Ильин В. В., Панарин А. С. Философия политики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. — 283 с.
74. Ильин И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. — М.: Интрада, 1996. — 256 с.
75. Информационная перегрузка грозит неврастением. — <http://www.4w.ru/phorum>.
76. Информационные технологии и информационная безопасность в науке, технике и образовании «Инфотех–2009»: материалы междунар. науч.-практ. конф., г. Севастополь, 7–12 сентября 2009 г. / А. В. Скатков (науч. ред.) — Севастополь: СевНТУ, 2009. — 466 с.
77. История и культура: сборник статей / [ред. Булавкин К. В.]. — Орехово-Зуево: МГОГИ, 2011. — 239 с.
78. Інтеграція і різноманітність: нові тенденції політики України в сфері масової інформації та нових комунікативних послуг / Губерський Л. В., Каменський Є. Є., Ожеван М. А. та ін.: Інформаційна доповідь: Спец. видання до 7-ої Європ. міністерської конф. з питань політики у сфері засобів масової інформації. — К., 2005. — 120 с.
79. Інформаційно-комунікаційні потоки у структурі державного управління. — <http://elise.com.ua/ru/content/>.
80. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) та їх роль в освітньому процесі. — <http://osvita.ua/school/technol/6804>.
81. Каган М. С. Мир общения: Проблемы межсубъектных отношений. — М.: Политиздат, 1988. — 315 с.
82. Каширский В. И. Отражение и функция. Роль процессов отражения в детерминации развивающихся систем. — Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1989. — 232 с.
83. Кемкин В. И. Категория «состояние» в научном познании. — М.: Высш. шк., 1983. — 120 с.
84. Кириченко К. В. «Чорний піар» як соціально-комунікативна технологія (на матеріалі виборчих кампаній у ЗМІ): Автореф. дис. ... канд. з соц. комунікацій: 27.00.06. — Х., 2010. — 16 с.
85. Коган В. З. Информационное взаимодействие: (Опыт анализа субъектно-объектных отношений). — Томск: Изд-во ТГУ, 1980. — 194 с.

86. Коган В. З. Человек в потоке информации. — М.: Наука, 1981. — 177 с.
87. Кожев А. Диалектика реального и феноменологический метод у Гегеля // Идея смерти в философии Гегеля. — М.: Логос, Прогресс-Традиция, 1998. — С. 7–130.
88. Конт О. Дух позитивной философии // Западно-европейская социология XIX века: Тексты. — М.: Издание международного Университета Бизнеса и Управления, 1996. — С. 7–93.
89. Копосов Н. Е. Хватит убивать кошек! Критика социальных наук. — М.: Новое литературное обозрение, 2005. — 246 с.
90. Корнілов Д. І. Вплив інформаційно-комунікаційних проєктів у мережі Інтернет на рівень інформаційної безпеки // Стратегічна панорама. — 2009. — № 4. — С. 152–161.
91. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г., Шиян А. А. Моделивання процесів у політико-комунікативному просторі: Монографія. — Вінниця: ВНТУ, 2009. — 206.
92. Косюк О. М. Гра — інформація — комунікація: генетичний розтин розважальної продукції електронних мас-медіа: Монографія. — Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2009. — 231 с.
93. Кремьянский В. И. Методологические проблемы системного подхода к информации. — М.: Наука, 1977. — 288 с.
94. Ласло Э. Век бифуркации. Постигание изменяющегося мира // Путь. — 1995. — № 7. — С. 3–129.
95. Лекторский В. А. Субъект, объект, познание. — М.: Наука, 1980. — 359 с.
96. Лотман Ю. М. Культура как коллективный интеллект и проблемы искусственного разума. — М.: Политиздат, 1977. — 213 с.
97. Луман Н. Общество как социальная система / Пер с нем. А. Ю. Антоновского. — М.: Логос, 2004. — 232 с.
98. Луман Н. Реальность массмедиа; пер с нем. А. Ю. Антоновского. — М.: Праксис, 2005. — 256 с.
99. Людина. Комп'ютер. Комунікація: зб. наук. праць / Флорій С. Б. (ред.). — Л.: Вид-во Нац ун-ту «Львівська політехніка», 2008. — 222 с.
100. Макаревич Э. Ф. Последний бастион: глобальная культура коммуникаций / Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпунин. — М.: Дрофа, 2011. — 430 с.
101. МакКуэйл Д. Теория массовой коммуникации // Контексты современности. Пер. с англ. — Казань: АБАК, 1998. — С. 3–230.

102. Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. — М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. — 495 с.
103. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.: Гиперборей, Кучково поле, 2007. — 464 с.
104. Макросоциология / Ильин В. В., Кевбрин Б. Ф., Писачкин В. А. — Саранск: Тип. «Красный Октябрь», 2004. — 304 с.
105. Маловічко О. В. Організаційний потенціал держави у дискурсі глобалізації й інформатизації: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — К., 2010. — 20 с.
106. Мамардашвили М. Психологическая топология пути: М. Пруст «В поисках утраченного времени». — СПб.: Изд-во Русского Христианского гуманитарного института, 1997. — 570 с.
107. Марчук В. П. Соціально-культурна визначеність нормативних заasad міжнародної комунікації: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — К., 2010. — 17 с.
108. Масляно П. П., Лиссов П. М. Інформаційно-комунікаційні системи та технології обробки інформаційних ресурсів. — <http://www.lissov.kiev.ua/guest/publications/>.
109. Матеріали міжнародного форуму «Проблеми розвитку інформаційного суспільства»; VI Міжнародна науково-практична конференція INFORMATIO–2009: Електронні інформаційні ресурси: створення, використання, доступ; XIII Міжнародна науково-практична конференція УкрІНТЕІ «Побудова інформаційного суспільства: ресурси і технології»: 7–9 жовтня 2009 р., м. Львів. — К.: УкрІНТЕІ, 2009. — 332 с.
110. Межуев М. Феномен книги и национальное в культуре // Общество и книга: от Гуттенберга до Интернета. — М.: Традиция, 2001. — С. 96–101.
111. Мельников М. А. Информационная стабильность как фактор управления конфликтом // Социологические исследования. — 1994. — № 3. — С. 125–126.
112. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. — М.: АСТ: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. — 873 с.
113. Мид Дж. Азия // Американская социологическая мысль: Тексты. — М.: Издание Международного Университета Бизнеса и Управления, 1996. — С. 222–235.
114. Міжнародна інформаційна безпека / Макаренко Є. А., Ожеван М. А. та ін. — К.: Центр вільної преси, 2006. — 916 с.

115. Мнацаканян М. О. Нации в современном глобальном мире: модернистские, конструивистские и постмодернистские теории. — М.: Анкил, 2011. — 324 с.
116. Можейко М. А. Мак-Люэн // Всемирная энциклопедия. Философия XX век. — М.: АСТ; Минск: Харвест, Современный литератор, 2002. — С. 438–439.
117. Моисеев Н. Н. Восхождение к разуму. — М.: Политиздат, 1993. — 175 с.
118. Моисеев Н. Н. Проблема возникновения системных свойств // Вопросы философии. — 1992. — № 11. — С. 25–33.
119. Моль А. Социодинамика культуры. Пер. с фр.; предисл. Б. В. Бирюкова. — М.: КомКнига, 2005. — 416 с.
120. Мошак Н. Н., Тимофеев И. А. Особенности политики информационной безопасности в инфокоммуникационной сети // Электросвязь. — 2005. — № 9. — С. 23–28.
121. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: «Аванти плюс», 2003. — 428 с.
122. Налимов В. В. Вероятностная модель языка. — М.: Наука, 1974. — 272 с.
123. Недбай В. В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект: Монографія. — О.: Фенікс, 2009. — 328 с.
124. Немыкина О. И. Глобализация виртуальной реальности и информационная безопасность: Автореферат дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. — Саранск, 2011. — 20 с.
125. Новик И. Б., Абдуллаев А. Ш. Введение в информационный мир. — М.: Наука, 1991. — 228 с.
126. Норт Д. Институты и экономический рост: историческое введение // THESIS. Теория и история экономических и социальных институтов в систем. — Вып. 2. — М.: Начала-Пресс, 1993. — С. 70–82.
127. Нэсбитт Д. Что нас ждет в 90-е годы: Мегатенденции. Год 2000: Десять новых направлений на 90-е гг.: [Пер. с англ.; предисл. И. Т. Фролова]. — М.: Республика, 1992. — 414 с.
128. Общественные отношения: Социально-философский анализ. — К.: Наукова думка, 1991. — 288 с.
129. Ожеван М. А. Основні напрями зовнішніх інформаційно-маніпулятивних впливів на суспільні трансформації в Україні: засоби протидії // Стратегічні пріоритети. — 2011. — № 3 (20). — С. 118–126.

130. Ожеван М. А. Політичне «піратство»: пошук альтернатив глобальному суспільству гламурного споживання // Стратегічні пріоритети. — 2011. — № 4 (21). — С. 29–34.
131. Оленіна О. Трансформації мистецтва в комунікативній культурі соціуму: монографія. — Х.: [б. в.], 2010. — 256 с.
132. Оппенгайм Ч. Новая эра предвещает окончание проблем информационной перегрузки. — http://www.ci.ru/inform/23_98/F1.
133. Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация общества. — М.: Радуга, 1991. — 639 с.
134. Осадча Л. В. Соціальна комунікація як об'єкт філософського аналізу: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — К., 2010. — 18 с.
135. Основи візуальної аналітики та соціології візуального символізму в міжкультурних комунікаціях: прикладний аспект: Монографія / Огаренко Т. О., Романенко Ю. В., Яковенко А. К. — К.: ДУІКТ, 2009. — 275 с.
136. Основы теории коммуникации / Под ред. М. Василика. — М.: Наука, 2003. — 342 с.
137. Парахонский Б. А. Язык культуры и генезис знания. — К.: Наукова думка, 1988. — 211 с.
138. Парсонс Т. О структуре социального действия. — М.: Академический проект, 2002. — 880 с.
139. Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношение // Американская социологическая мысль. — М., 1996. — 557 с.
140. Пелагеша Н. Є. Новий світовий лінгвістичний порядок та його вплив на комунікаційний простір в Україні // Стратегічні пріоритети. — 2010. — № 4 (17). — С. 44–56.
141. Петров М. К. Язык, знак, культура. — М.: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1991. — 328 с.
142. Пилипчук В. Г., Дзьобань О. П. Теоретичні та державно-правові аспекти протидії інформаційному тероризму в умовах глобалізації // Стратегічні пріоритети. — 2011. — № 4 (21). — С. 12–17.
143. Платон. Избранные диалоги. — М.: Художественная литература, 1965. — 714 с.
144. Подорога В. А. Выражение и смысл. Ландшафтные миры философии: С. Кьеркегор, Ф. Ницше, М. Хайдеггер, М. Пруст, Ф. Кафка. — М.: Ad Marginem, 1995. — 427 с.
145. Политические коммуникации / Под ред. А. И. Соловьева. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 332 с.

146. Постмодерністські пошуки соціології / Богомаз К. Ю., Конох М. С., Волохіна О. О. та ін.: Монографія / К. Ю. Богомаз (ред.). — Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2009. — 181 с.
147. Прибутько П. С., Лук'янець І. Б. Інформаційні впливи: роль у суспільстві та сучасних воєнних конфліктах. — К.: Видавель Паливода А. В., 2007. — 252 с.
148. Принципы организации социальных систем. — Киев–Одесса: Вища школа, 1988. — 242 с.
149. Психология потребителя в маркетинге / Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. [Под ред. И. В. Андреевой]. — СПб.: Питер, 2001. — 352 с.
150. Пушкин В. Г., Урсул А. Д. Информатика, кибернетика, интеллект. Философские очерки. — Кишинев, 1989. — 400 с.
151. Ритцер Дж. Современные социологические теории. — 5-изд. — СПб.: Питер, 2002. — 668 с.
152. Рогачов А. Л. Досвід глобалізації та його інтерпретації // Практична філософія. — 2009. — № 2 (32). — С. 126–134.
153. Родионов Б. А. Коммуникация как социальное явление. — Издательство Ростовского университета, 1984. — 144 с.
154. Розумний М. М. Кризові аспекти сучасних соціальних комунікацій // Стратегічні пріоритети. — 2010. — № 4 (17). — С. 19–25.
155. Рэдклифф-Браун А. Р. Структура и функция в примитивном обществе. — М.: Восточная литература, 2001. — 394 с.
156. Рябова М. Э. Социализация личности и текст: методологический и социально-философский аспекты. — Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2003. — 152 с.
157. Сабитов Р. А. Политический анализ теории коммуникативного процесса Г. Лассуэлла и его роль в формировании информационной политики. — Краснодар, 1999. — 35 с.
158. Салмина Н. Г. Знак и символ в обучении. — М.: Изд-во МГУ, 1988. — 287 с.
159. Семігіна Т. В. Інформаційне забезпечення соціальної сфери. — К.: Видавничий дім «Кієво-Могилянська академія», 2007. — 156 с.
160. Самойленко В. В. Роль інформаційних та комунікаційних технологій в маркетингових каналах. — <http://peredovik.org/>.
161. Системная концепция информационных процессов. — Вып. 3. — М.: Всесоюзный НИИ системных исследований, 1988. — 84 с.
162. Скрипка А. О. Шоу-технології як форма соціальної комунікації: Автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04. — Х., 2010. — 20 с.

163. Слющинський Б. В. Міжкультурна комунікація в багатонаціональному регіоні України: Автореф. дис. ... докт. соціол. наук: 22.00.04. — К., 2010. — 29 с.
164. Смирнов А. А. Обеспечение информационной безопасности в условиях виртуализации общества. Опыт Европейского Союза: Монография. — М.: ЮНИТИ Закон и право, 2012. — 159 с.
165. Современная западная социология. — М.: Политиздат, 1990. — 432 с.
166. Современное искусство в контексте глобализации: наука, образование, художественный рынок: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, 4 февраля 2011 года / Науч. ред.: А. В. Карпов. — СПб.: СПбГУП, 2011. — 233 с.
167. Соковнин В. М. О природе человеческого общения (Опыт философского анализа). — Изд. 2-е, испр. и доп. — Фрунзе: Мектеп, 1974. — 147 с.
168. Солонська Н. Г., Костенко Л. Й. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології в організації наукових, науково-просвітницьких та культурно-масових заходів. — http://www.nbuv.gov.ua/new/05_kiev/sol_kos.html.
169. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. — М.: Политиздат, 1992. — 543 с.
170. Соснін О. Проблеми правового регулювання інформаційної політики в Україні. — <http://www.viche.info/journal/1159/>.
171. Соціокультурні трансформації в процесі становлення інформаційної цивілізації в Україні: Монографія / Штанько В. І., Тихонова Л. А., Леонтьєва В. М. та ін. — Х.: ХНУРЕ, 2009. — 176 с.
172. Спиноза Бенедикт. Избранные произведения. — Ростов н/Д: Феникс, 1998. — 604 с.
173. Степин В. С. Философская антропология и философия науки. — М.: Наука, 1992. — 400 с.
174. Суспільні відносини та розвиток: теорія, історія, практика: Монографія / А. М. Михненко (кер. авт. кол.), О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань, О. В. Соснін. — К.: НАДУ, 2009. — 396 с.
175. Таскаев Г. С. Глобализация как тенденция нового времени. — М.: МАКС Пресс, 2011. — 110 с.
176. Тексты вторичной информативности (коммуникативно-прагматический аспект) / Анохина С. П., Ниссен Ф. Х., Старинова Т. Б. — Тольятти: ПТИС МГУС, 2000. — 176 с.

177. Теплиц К. Т. Все для всех: массовая культура и современный человек: [Перевод]. — М.: ИНИОН, 1996. — 123 с.
178. Трайнев В. А. Новые информационные коммуникационные технологии в образовании / В. А. Трайнев, В. Ю. Теплышев, И. В. Трайнев. — 2-е изд. — М.: Дашков и К°, 2012. — 317 с.
179. Устьянцев В. Б. Пространство информационного общества // Информационная цивилизация: пространство, человек, культура. — Саратов: Изд-во Поволжского межрегионального уч. центра, 2000. — С. 3–10.
180. Уханов Є. В. Мережеві комунікації та соціальне самовизначення індивіда: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. — Х., 2010. — 18 с.
181. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 400 с.
182. Философские проблемы информационных технологий и киберпространства: Материалы II Международной междисциплинарной научно-практической конференции, 21–22 апреля 2011 года / Редкол.: П. Н. Барышников (гл. ред.), Л. А. Сергеева, Ю. М. Шаев. — Пятигорск: Пятигорский гос. лингвистический ун-т, 2011. — 307 с.
183. Філософія і соціологія в контексті сучасної культури: Зб. наук. праць / П. І. Гнатенко (відп. ред.). — Д.: Пороги, 2009. — 235 с.
184. Фомичева И. Д. Социология СМИ. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 335 с.
185. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. — М.: Республика, 1994. — 447 с.
186. Фуре В. Н. Философия незавершенного модерна Ю. Хабермаса. — Минск: Харвест, 2000. — 224 с.
187. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность: Лекции и интервью. Москва, апр. 1989 г. Пер. с нем.; Послесл. Н. В. Мотрошиловой. — М.: Наука, 1992. — 175 с.
188. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: Пер. с нем. — СПб.: Наука, 2000. — 377 с.
189. Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // THESIS. — 1993. — Вып. 2. — С. 123–136.
190. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Современная западная теоретическая социология; реф. сб.; отв. ред. Н. Л. Полякова. — Вып. 1. — М.: ИНИОН РАН, 1992. — С. 57–101.

191. Хейзинга Й. Осень средневековья. — М.: Айрис-пресс, 2002. — 544 с.
192. Человек и социокультурная среда. — Вып. 2. — М., 1992. — 240 с.
193. Черри К. Человек и информация. — М.: Связь, 1972. — 368 с.
194. Шеннон К. Статистическая теория передачи сигналов // Теория передачи электрических сигналов при наличии помех. — М., 1953. — С. 58–78.
195. Шрейдер Ю. А., Шаров А. А. Системы и модели. — М.: Радио и связь, 1982. — 152 с.
196. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества; пер. с польск. С. М. Червонной. — М.: Логос, 2005. — 655 с.
197. Шюц А. Структура повседневного мышления // Социс. — 1988. — № 2. — С. 129–137.
198. Щербина А. М. Соціокультурні регулятиви людської діяльності в технологіях масової комунікації: Автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.04. — Х., 2010. — 19 с.
199. Эко У. От интернета к Гуттенбергу // Чтение с листа, с экрана и «на слух»: опыт России и других стран. — М.: РШБА, 2009. — С. 70–79.
200. Эллюль Ж. Технологический блеф // Философские науки. — 1991. — № 9. — С. 23–30.
201. Эшби У. Конструкция мозга. — М.: Изд-во иностранной литературы, 1962. — 398 с.
202. Ясперс К. Истоки истории и ее цель. Современная техника // Новая технократическая волна на Западе / Под ред. П. С. Гуревича. — М.: Прогресс, 1986. — 452 с.
203. Fridmann G. Enseignement et culture de mass // Communications. — Paris, 1962. — № 1. — 123 p.
204. Harvey D. The conditions of postmodernity. — Cambridge, MA: Blackwell, 1990. — 378 p.
205. Lasswell H. D. «The structure and function of communication in society» in Bryson. The Communication of Ideas. — N. Y.: Harper and Brothers, 1948. — 343 p.
206. Masuda U. The Information Society as Post Industrial Society. World Future Society. — Washington, D. C. USA, 1983. — 163 p.
207. Peirce Ch. Selected writing. — New York, 1977. — 340 p.
208. Watson J. Media Communication. An Introduction to Theory and Process. — London: Macmillan Press, 1999. — 400 p.

ЗМІСТ

Передмова	3
Розділ 1. Проблема комунікацій у соціальній реальності	7
1.1. Концептуалізація феномена комунікації у філософському дискурсі	7
1.2. Комунікаційна природа інформаційного простору	41
1.3. Інституціоналізація комунікаційного простору	76
Розділ 2. Онтологічні виміри інформаційних комунікацій у сучасних соціокультурних реаліях	114
2.1. Місце інформації й інформаційних комунікацій у процесі еволюції соціально-організованої матерії	114
2.2. Комунікації в інформаційно-культурному континуумі	138
2.3. Інформаційні детермінанти сучасних трансформаційних суспільних процесів	176
Післямова	206
Література	209