



Олександр Холод

**МЕДІА
Й ТЕОРІЇ
СОЦІАЛЬНИХ
КОМУНІКАЦІЙ**



ІНСТИТУТ РЕКЛАМИ
Кафедра реклами та зв'язків із громадськістю

Олександр Холод

ID 0000-0002-6851-0176

МЕДІА
Й ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ
КОМУНІКАЦІЙ

Монографія

Київ – 2017

ББК 659.4
Х 73
УДК 007 : 304 : 001 + 070 + 004.9

Рецензенти:

В. Іванов – доктор філологічних наук, професор
(Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна)

М. Бутиріна – доктор наук із соціальних комунікацій, професор
(Дніпропетровський національний університет ім. Олеса Гончара,
м. Дніпро, Україна)

А. Бартошек – доктор соціологічних наук, професор
(Сілезький університет,
м. Катовіце, Польща)

Х 73 Холод О.

Медіа й теорії соціальних комунікацій : монографія / О. Холод. – К.: Видавничий центр ПВНЗ «Інститут реклами», 2017. – 409 с.

ISBN 978-966-8299-51-1

Монографія складається з трьох частин. У першій частині мова йде про теоретичне підґрунтя кореляції медіа й теорій соціальних комунікацій. Другу частину автор присвятив висвітленню результатів аналізу зв'язку медіа із соціальним інжинірингом. У третій частині подано опис результатів дослідження масмедіа в системі теорій соціальних комунікацій.

Книга буде цікавою фахівцям із соціальних комунікацій, філософам, соціологам, культурологам і соціальним психологам.

ISBN 978-966-8299-51-1

ББК 659.4
Х 73
УДК 007 : 304 : 001 + 070 + 004.9

© Холод Олександр, автор, 2017
© ВНЗ «Інститут реклами», 2017

ЗМІСТ

Стор.

ЧАСТИНА 1 ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДРУНТЯ КОРЕЛЯЦІЇ МЕДІА Й ТЕОРІЙ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Розділ 1.1

Концептуальні витoki вивчення соціальних комунікацій
(історико-порівняльний аналіз)

Розділ 1.2.

Трансгресивна тенденція розвитку соціальних комунікацій
у теорії Валентини Ільганаєвої

Розділ 1.3.

Соціальна комунікація як інтердисциплінарна область:
погляди Юзефа Подгурецьки

Розділ 1.4.

Ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена як концептуальне
підґрунття трансформації теорії соціальних комунікацій

Розділ 1.5.

Соціальні комунікації як соціальна компетенція в концепції
дослідників Вашингтонського університету (США)

Роділ 1.6.

Особливості розвитку ідей соціальних комунікацій
у Київській і Харківській наукових школах

ЧАСТИНА 2 ЗВ'ЯЗОК МЕДІА ІЗ СОЦІАЛЬНИМ ІНЖИНІРИНГОМ

Розділ 2.1.

Постулати соціального інжинірингу
(або специфіка формування концепцій соціального
інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій)

у працях Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода)

Розділ 2.2.

Формування концепцій соціального інжинірингу

**ЧАСТИНА 3
ДОСЛІДЖЕННЯ МАСМЕДІА
В СИСТЕМІ ТЕОРІЙ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Розділ 3.1.

Е-декларована агресія: революційна інмутація суспільства
(російською мовою)

Розділ 3.2.

Трансформація «ідеології» української сім'ї під впливом соціальних
катаклізмів 2013–2015 років в Україні
(російською мовою)

Розділ 3.3.

Інмутація масової комунікації та фахова інмутація журналістів

Розділ 3.4.

Психолінгвістичні інструменти інформаційно-психологічного впливу
в підписах під фотографіями
(на прикладі газет Рейхскомісаріату «Україна» 1941–1944 років)

Олександр Холод

МЕДІА Й ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ЧАСТИНА 1

**ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ
КОРЕЛЯЦІЇ МЕДІА
Й ТЕОРІЙ СОЦІАЛЬНИХ
КОМУНІКАЦІЙ**

Розділ 1.1.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ВИТОКИ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ (історико-порівняльний аналіз)

I. Вступ

Починаючи від 4 грудня 1963 [3], коли Папа Римський Павло VI проголосив основні положення декрету «Inter Mirifica» [9; 37; 38, с. 1–9], проблеми, пов'язані з тлумаченням терміна «соціальні комунікації», із змістом поняття й структурою соціальних комунікацій не можна вважати вирішеними до кінця. Головним аспектом згаданих проблем є неузгодженість позицій дослідників у тлумаченні концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій, що підштовхнуло нас до пошуку точок перетину різних концепцій і поглядів представників різних наукових галузей.

Проблеми, які ми декларували, пов'язані з важливими, на наш погляд, науковими й практичними завданнями, що перелічено далі.

1. Пошук єдиної сталої концепції соціальних комунікацій як системи соціальних процесів, що пов'язані з уявленням про соціальні комунікації як соціальним інжинірингом.

2. Пошук згаданої в п. 1) єдиної концепції соціальних комунікацій як інструменту соціального інжинірингу повинний пов'язуватися з триєдиним принципом реалізації соціального інжинірингу, запропонованого О. М. Холодом; суть згаданого принципу автор викладає в таких положеннях: 1) предмет вивчення повинен спочатку бути ідентифікованим за своїми характеристиками як соціальний процес; 2) ідентифіковані характеристики дають можливість «дізнатися» про модель соціального процесу як

адекватну/неадекватну для реалізації завдання фахівця із соціального інжинірингу; 3) на базі встановленої існуючої моделі (за умови її відповідності для вирішення поставлених завдань) відбувається її трансформація або створення нової моделі соціального процесу; 4) нова модель соціального процесу обов'язково перевіряється завдяки пілотним проектам і тільки після підтвердження ефективності модель «монтується» фахівцями у свідомість суспільства й реалізується непомітно як об'єктивний соціальний процес [34, с. 21–26].

Смисл соціально-інжинірного аналізу (далі – СІ-аналізу) полягає в розчленуванні цілого (продукту соціальних дій, взаємодій і відносин) на його три складові частини (етапи) реалізації, а саме: перший етап – ідентифікація функціонуючих у суспільстві моделей соціальних дій, взаємодій і відносин; другий етап – моделювання (створення нових моделей) за результатами ідентифікованих соціальних дій, взаємодій і відносин; третій етап – верифікація (практична перевірка) моделі, створеної на другому етапі [34, с. 21–26].

3. Із практичної точки зору, вирішення проблем, що пов'язані з пошуком концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій, дозволить аспірантам і докторантам, що здійснюють дослідження в межах семи спеціальностей наукової галузі 27 – «Соціальні комунікації», послуговуватися єдиними принципами й критеріями, поняттями й термінами та категоріями. Звернення дослідників до єдиної теорії соціальних комунікацій усуне непорозуміння серед прихильників вивчення процесів соціальних комунікацій і не дасть можливості противникам стимулювати дискусії щодо доцільності функціонування в сучасній науці самої галузі «Соціальні комунікації».

II. Постановка проблеми

Із метою постановки проблеми й детального її опису ми здійснимо аналіз стану розробки проблеми й виділимо її невирішені раніше частини.

Аналіз стану розробки проблеми.

Вважаємо, що проблеми з визначенням поняття соціальних комунікацій (не визначаючи соціальні й комунікаційні зв'язки як соціальні комунікації) почав досліджувати американський правознавець і представник соціологічної школи права Роско Паунд. Дослідник розглядав право як соціальну інженерію й вважав, що діяльність юристів щодо встановлення раціонального порядку в суспільстві можна уподібнити діяльності інженерів, тому право – це «соціальна інженерія» [40–41]. Автор писав: «Про роботу інженера судять за її відповідністю поставленим цілям, а не за тим, чи відповідає вона якійсь ідеальній формі, прийнятій у силу традиції» [26]. Звертаючи увагу на те, що соціальна інженерія послуговується соціальними комунікаціями як інструментами соціального конструювання, можемо вважати Роско Паунда першим, хто піднімав питання про проблеми соціальних комунікацій (у рамках соціального інжинірингу). Р. Паунд вважав інструментами реалізації соціальної інженерії більше не «абстрактні правові норми», а «судові рішення, що приймаються в залі судових засідань», під час судових процесів, які регулювали «фактичну поведінку людей» [26]. Дослідник писав про те, що «право, яке дозволяє здійснювати в житті мету примирення й гармонізації інтересів, що зіштовхуються, є соціальним інструментом, засобом забезпечення вищої форми соціального контролю над людьми» [26]. Іншими словами, визначення соціальної інженерії, запропоноване Р. Паундом, містить згадування про інструменти, на роль яких автором були визначені «абстрактне право», з одного боку, і соціальна взаємодія між учасниками судового процесу (суддею, прокурором, захисником, обвинувачуваним, свідком, присяжними тощо), із другого боку. Отже, об'єктивно слід визнати, що Р. Паунд першим торкнувся проблеми визначення соціальних комунікацій, які ґрунтував на теорії права.

Невирішеними, на наш погляд, питаннями в теорії Р. Паунда вважаємо такі:

1) оскільки Р. Паунд не вживав термін «соціальні комунікації», але визначав їх, ми не маємо права вважати, що Р. Паунд був дослідником саме соціальних комунікацій;

2) не встановлено, що Р. Паунд визначав поняття саме «соціальні комунікації», а не поняття «соціальний інжиніринг».

Значення терміна «соціальні комунікації» ми можемо знайти і в положеннях щодо «соціального інжинірингу», які запропонував із позицій менеджменту в 20-ті – 30-ті роки ХХ століття російський дослідник Олексій Гастев – апологет руху за наукову організацію праці й керівництво виробництвом. О. Гастева слід, на нашу думку, вважати ініціатором розробки прикладних питань соціальної інженерії (див. його праці: [4–5]).

На думку О. Гастева, соціальна інженерія повинна бути самостійною галуззю досліджень і бути спрямованою на «не стільки на соціальне пізнання (відкриття наукових фактів або емпіричних закономірностей), скільки на зміну соціальної дійсності (впровадження інноваційних та практичних рекомендацій)». Цікавим, на наш погляд, є зауваження О. Гастева про те, що соціальний інжиніринг є стиком «соціальної та природної областей знання» й саме тому має спиратися на методологію обох. У зв'язку із зазначеним, із методології природної області знань соціальний інжиніринг повинний запозичити «точні експериментальні методи й прихильність до достовірних фактів» [5]. Виходячи із цитованих думок О. Гастева, об'єктивним є висновок про те, що соціальний інжиніринг у тлумаченні дослідника для змінення соціальної дійсності повинен спиратися на певний інструментарій (реалізація інноваційних і практичних рекомендацій). До інструментів соціального інжинірингу О. Гастев відносив такі, які ми пропонуємо називати

інструментами соціальних комунікацій: наукова організація виробничого процесу (яка спирається на фізіологію й психологію) і наукова організація управління (яка спирається на соціальну психологію).

Як і сучасні дослідники соціальних комунікацій, О. Гастев підкреслює значимість людських взаємин в організації виробництва, посиляючись на те, що «в загальній системі... руху речей пересування людини та її вплив на інших... виявився незначним, але частіше визначальною оазою» [4, с. 26–27].

Слід зазначити, що діяльність О. Гастева в 20-ті – 30-ті роки ХХ століття була спрямована більше на «конструювання соціального середовища на рівні окремого підприємства» [5]. Разом із тим, О. Гастев заклав, на наш погляд, підґрунтя для формування ідей соціальної інженерії, які розробляли Н. Вітке, А. Журавський, Ф. Дунаевский, І. Бурдянський та інші. Пізніше ідеї соціальної інженерії активізувалися в працях Ю. Резніка, В. Різуна, Г. Почепцова, О. Холода, які більше наблизилися до розробки соціальних комунікацій.

У теорії О. Гастева невирішеними залишилися такі питання:

- 1) чи можна перенести методологію дослідження й практичної реалізації соціальної інженерії на інші галузі знань?
- 2) що слід вважати інструментами соціального інжинірингу?

Ідеї О. Гастева щодо соціального інжинірингу сьогодні наштовкують нас на наступні питання: по-перше, чи можна вважати засоби реалізації соціального інжинірингу інструментами тих процесів, які сьогодні дослідники називають інструментами соціальних комунікацій; по-друге, чи доцільно вважати, що, як писав Г. Почепцов [16], соціальні комунікації є інструментами соціального інжинірингу.

Здійснюючи спробу визначити термін «соціальна інженерія», Ю. Резнік посиляється на те, що серед активних дослідників останньої варто називати

«Г. Антонюка, А. Зайцева, А. Кравченка, І. Попову, А. Пригожина, Л. Сисоєву, Ж. Тощенко, В. Щербину та ін.» [19].

Ю. Резнік вважає, що наукова дисципліна «Соціальна інженерія» вимагає «більш суворого визначення її предметної області, методологічних принципів і галузі застосування». Також дослідник підкреслює необхідність «уточнення й конкретизації змісту поняття «соціальна інженерія»» [19].

На думку Ю. Резніка, термін «соціальна інженерія» міг вживатися в політико-економічних працях англійців Сідні й Беатріс Вебб. Ми звернули увагу на зауваження Ю. Резніка й здійснили пошук праці авторів, у якій такий термін міг зустрічатися (нами проаналізовані, наприклад, такі праці: [24; 42–43;]). На жаль, у згаданих працях ми не знайшли термін «соціальний інжиніринг» і тому не можемо стверджувати правоту зауваження Ю. Резніка. Не виключаємо, що термін «соціальний інжиніринг» (або «соціальна інженерія») міг вживатися авторами в їхніх багатьох недоступних для нас працях.

Посилаючись на Ю. Резніка, стверджуємо, що термін «соціальна інженерія» з'явився в працях радянських дослідників на початку 70-х років ХХ століття. Активне вживання терміна, «його визнання й конституювання», за зауваженням Ю. Резніка, відбулося у 80-х роках ХХ століття. Паралельно з терміном «соціальна інженерія» дослідники вживають термін «соціоінженерна діяльність», що, на наш погляд, наближує впритул значення терміна до того, що дослідники 10-х – 20-х років ХХІ ст. називають «соціальними комунікаціями» [19].

У значення терміна «соціальна інженерія» Ю. Резнік вкладає такий смисл: «особлива діяльність, орієнтована на цілеспрямовану зміну й регулювання різних організаційних структур (соціальних інститутів, формальних організацій та ін.)» [19]. Тут варто пригадати визначення соціальних комунікацій,

запропоноване О. Холодом, яке деякою мірою перегукується із запропонованим Ю. Резніком визначенням терміна «соціальна інженерія». «Соціальні комунікації, – повідомляє О. Холод, – це інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта, спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві» [35]. Очевидними є збіги в думці про зміни (регулювання). Щоправда, Ю. Резнік пише про *«зміну й регулювання різних організаційних структур (соціальних інститутів, формальних організацій та ін.)»* [19], тоді як О. Холод більше спирається на *«регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві»* [35]. У свою чергу в праці «Зубожіння історизму» К. Поппер розглядав соціальну інженерію як «діяльність із проектування нових соціальних інститутів, а також із перебудови й управління вже існуючими соціальними інститутами шляхом часткових, поступових реформ і змін [15, с. 27].

Не погоджуються з визначеннями, поданими раніше, Г. Антонюк, який вважає, що «соціальна інженерія – це не просто термін. Це, по суті, узагальнена назва комплексу теорій, які засновані на перенесенні в соціальну область і використанні інженерних термінів, що застосовуються в технічній галузі» [1, с. 128–129]. Ю. Резнік підтверджує думку Г. Антонюка, вважаючи, що «соціальна інженерія в більш вузькому й спеціальному значенні – галузь знань, практичних дій, орієнтованих на створення й обслуговування соціальних систем штучного типу» [19]. Спираючись на логіку думок Ю. Резніка про специфіку соціальної інженерії, а також на думки Г. Почепцова про прямий зв'язок глобального поняття «соціоінженерія» з локальним поняттям «соціальні комунікації» вважаємо, що уточнення визначення соціальних комунікацій є неможливим без урахування основних характеристик соціальної інженерії. На

думку Ю. Резніка, соціоінженерія як система штучного типу характеризується такими рисами:

- 1) цілеспрямованість;
- 2) ґрунтування на спільній діяльності фахівців;
- 3) нормативність у регулюванні внутрішніх і зовнішніх зв'язків;
- 4) конструктивні можливості й обмеженість;
- 5) нездатність бути переналаштованими для виконання інших, незапланованих, цілей.

Варто тут нагадати про основні характеристики соціальних комунікацій:

- 1) штучність;
- 2) цілеспрямованість;
- 3) формально-видова насиченість;
- 4) чітка структурованість;
- 5) технологічність;
- 6) повторюваність.

Порівнюючи основні характеристики соціальних комунікацій із характеристиками соціоінжинірингу, можемо констатувати їхню подібність, принаймні близькість один до одного, що доводить нашу думку про єдиний дискурсивно-просторовий континуум практичної реалізації як соціальних комунікацій, так і соціоінжинірингу.

Пошук концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій орієнтували свого часу В. Горовий, Г. Почепцов і В. Різун. Соціальні комунікації, на думку В. Горового, «забезпечують функціонування людини як складника суспільного організму» [7]. Разом з ускладненням структури суспільства ускладнюється й система соціальних комунікацій. Дослідник, вважаючи людину біологічною істотою, вважає, що вона «послугується

біологічними комунікаціями». Як соціально-біологічна істота людина «використовує біологічні системи комунікацій». Паралельно з останніми людина використовує й штучні системи комунікацій із матеріальною основою (В. Горовий відносить до таких мову, символи, малювання, письмо). Матеріальною основою соціальних комунікацій дослідник пропонує вважати «виготовлені людиною матеріальні носії інформації та засоби керування наявними інформаційними ресурсами» [7].

Г. Почепцова вважає соціальні комунікації такими, що «налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього як короткотривалий (тактичний), так і довготривалий (стратегічний) інструментарій» [17, с. 19–26].

Більш детальне тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцов подає в іншій праці й називає соціальні комунікації не наукою, а видом «соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій, а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу) [17, с. 19–26].

В. Різун у своїх працях [20–23] запропонував розглядати соціальні комунікації як «таку систем суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення й підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності». На думку автора, така діяльність «спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами». В. Різун зазначає, що, «з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії». Дослідник вважає, що згадані ним комунікації є «соціально маркованими, бо передбачають взаємодію із соціально

визначеними групами людей». В. Різун переконаний у тому, що «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільнокомунікаційної справи» [23, с. 8–18].

Судячи з думок Ю. Резніка про об'єкт-предметну площину соціоінжинірингу та зауважень В. Різуна й О. Холода про таку площину, також слід провести чітку паралель. Ю. Резнік вважає, що об'єктом соціоінженерії слід вважати три види соціальних систем (соціальні інститути, соціальні (формальні) організації та організовані групи), які «диференціюються в собі за рівнем організації та ступеня, формалізації системних зв'язків» [19]. Автор додає: «Інженерна діяльність у соціальній області характеризується насамперед орієнтацією на створення, зміну та обслуговування штучних систем і об'єктів – інститутів, організацій і груп, за виділеними специфічними ознаками» [Резнік, 2017]. Згідно з думками О. Холода, об'єктами соціальних комунікацій також виступають соціальні інститути, соціальні групи, стосунки між якими регулюються внутрішніми та зовнішніми соціальними діями, соціальними взаємодіями та соціальними відносинами [35].

Аналіз концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій дозволяє згадати й про негативний погляд на соціальний інжиніринг. Наприклад, Ч. Миллс вважав, що «соціальна інженерія забезпечує діяльність порівняно невеликої групи менеджерів і підприємців засобами й прийомами соціальної маніпуляції» [14]. Незважаючи на негативізм цитованого визначення соціального інжинірингу, який щільно пов'язаний із визначенням соціальних комунікацій, слід зазначити, що в обох визначеннях повинні бути словосполучення «засоби і прийоми» і «соціальна маніпуляція». Наше твердження ґрунтується на попередньому аналізі соціальних комунікацій як

інструмента соціального інжинірингу. Відомо, що будь-які інструменти (зокрема й соціальні) слугують для змін, регулювання, корекції (= маніпуляції). Отже, соціальні комунікації як інструменти слугують маніпуляційним інструментом для соціального інжинірингу.

Із критикою соціальної інженерії в праці Ч. Міллса не погоджується Ю. Резнік, який вважає, що «з розвитком громадянського суспільства коло потенційних і реальних замовників на «продукцію» соціальних інженерів значно розширюється» і доводить свою тезу: такими «є незалежні громадські організації, засоби масової інформації, фонди соціальної допомоги та інші самодіяльні групи населення, утворені для захисту колективних інтересів» [19]. Підтримуючи як аргументи Ч. Міллса, так й аргументи Ю. Резніка, вважаємо доцільним зазначити, що під час формулювання визначення соціального інжинірингу (а отже, і визначення соціальних комунікацій) не приймаємо сторону жодного з дослідників. Причиною такої думки є твердження про те, що погляд на соціальний інжиніринг, як і на соціальні комунікації не повинен бути політично, соціально, психологічно орієнтованим. Запорукою об'єктивності в такому випадку є, на наш погляд, дистанціювання від будь-якої заангажованості дослідників.

Спираючись на думки дослідників Г. Антонюка, А. Гастєва, Ч. Міллса, Р. Паунда, Ю. Резніка, В. Різуна, Г. Почепцова, К. Поппера, О. Холода, S. Webb і В. Webb, робимо висновок про те, що *невирішеними раніше частинами загальної проблеми* вивчення єдиної концепції (можливо, теорії) соціальних комунікацій є такі:

- 1) відсутність чіткого й сталого уявлення про соціальні комунікації;
- 2) відсутність єдиної загально визначеної дефініції терміна «соціальні комунікації»;
- 3) відсутність методології дослідження соціальних комунікацій.

Мета дослідження.

У зв'язку з викладеним була сформульована *мета нашого дослідження* – здійснити історико-порівняльний аналіз концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій.

Методологія дослідження.

Для досягнення поставленої мети нами було обрано методологію, або систему методів.

Серед загальних методів ми звернулися до діалектичного методу, який передбачав наслідування трьом основним принципам, а саме: принцип матеріалістичного монізму («усі речі навколо нас мають матеріальну, а не духовну основу»); принцип єдності діалектики буття й діалектики мислення («буття і мислення пов'язанні між собою, що дає підстави людині пізнавати навколишній світ»); принцип загального зв'язку й загального розвитку явищ у світі («розвиток людини відображає розвиток і глибину процесу руху матерії»).

До загальнонаукових методів, які ми обрали, були віднесені *аналіз*, за допомогою якого ми розчленували поняття «соціальні комунікації» на його складники; *метод синтезу* допоміг нам з'єднати ті складники соціальних комунікацій, які, на наш погляд, можуть характеризувати концептуальні витoki їхнього вивчення. Ми також звернулися до *методу узагальнення*, який дозволив встановити загальні властивості й ознаки концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій. Під час дослідження ми застосовували *метод аналогії*. Із його допомогою ми формулювали висновки про подібність на підставі подібності й про відрізнєння на підставі відрізнєння конкретних ознак соціальної інженерії і соціальної комунікації, переносячи такі ознаки на загальне уявлення про соціальні комунікації. Ми також послуговувалися *методом моделювання*, створивши копію концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій.

До числа наукових методів, які були залучені в загальній методології нашого пошуку, ми віднесли методи емпіричного дослідження (*спостереження й опис*) та методи теоретичного дослідження (*формалізація й аксіоматичний метод*).

Методикою дослідження були обрані такі дослідницькі процедури:

1) визначення тих частин досліджуваної проблеми, які не є вивченими донині (див. раніше);

2) визначення тих теорій і концепцій, які опосередковано або безпосередньо створили підґрунтя для формування уявлення про соціальні комунікації;

3) здійснення історико-порівняльного аналізу концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій;

4) створення моделі концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій.

III. Результати дослідження

Згідно з п. 1 методики дослідження ми визначили ті частини досліджуваної проблеми, які не є вивченими донині (див. раніше).

Пункт 2 методики дослідження передбачав визначення тих теорій і концепцій, які опосередковано або безпосередньо створили підґрунтя для формування уявлення про соціальні комунікації. Реалізація п. 2 дозволила здійснити стислий опис і коментарі, який ми подаємо далі.

Визначальну роль у формуванні концептуальних витоків до вивчення соціальних комунікацій зіграла *теорія постіндустріального, або інформаційного суспільства*, яку активно розвивали з позицій різних галузей людського знання Д. Белл, З. Бжежинський, Дж. Гелбрейт, П. Друкер, В. Іноземцев, М. Кастельс, Я. Масуді, О. Тофлер, С. Хантингтон, А. Чухно тощо.

Слід зважити на те, що зміна орієнтації суспільства на видобуток не автомобілів, верстатів, сталого знаряддя праці у виробничому процесі, а на створення, пошук, упорядкування й (ре)трансляцію інформації як спосіб існування, заробітку й суспільного прогресу докорінним чином змінила й соціальні дії, взаємодії і відносини між суб'єктами й об'єктами в суспільстві. Характер соціальних комунікацій змінився, а їхній аналіз вимагав більш детальної уваги до комунікаційної складової в стосунках між людьми. Серед базових причин виникнення постіндустріалізму називають необхідність створення нових методів соціального прогнозування та виявлення на їх основі тенденцій і перспектив розвитку сучасного історичного процесу.

На думку Д. Белла [2], соціальні революції як такі відійдуть в постіндустріальному суспільстві на задній план, оскільки провідну роль будуть відігравати зміни, які потягнули за собою науково-технічні революції. Підґрунтям для розвитку суспільства стануть знання. Саме вони стануть стимулом технологічного прогресу, який, у свою чергу, організовуватиме соціальний розвиток.

Майбутнє суспільство, на думку Д. Белла, буде спиратися на ряд таких складників:

- уся діяльність людини буде спиратися на теоретичне знання;
- наявність такого знання стане базою для формування стратегії розвитку суспільства;
- домінування знання приведе до епохальних новацій у всіх галузях людської діяльності;
- людська діяльність буде зосереджена не на виробництві товарів, а на виробництві послуг; суспільство буде функціонувати у діаді «послуга – споживання», і навпаки;

- цінуватися будуть лише фахівці високого класу, які здатні трансформувати суспільство на технологічному рівні;
- на перший план вийдуть проблеми контролю над технологіями виробництва знань та інформації;
- важливими стануть функції експертів, які будуть здійснювати оцінку технологічних процесів;
- у суспільстві постіндустріальної епохи розвитку пріоритетними стануть інтелектуальні електронні технології організації і трансляції знань та інформації [2].

Неважко уявити собі ступінь актуальності теорії Д. Белла для пояснення процесів у суспільстві, які спиралися на обмін інформацією, тобто процесів соціальних комунікацій.

Необхідно врахувати, що теорія інформаційного суспільства органічно витікала з теорії постіндустріального суспільства. Д. Белл активно застосовував поняття теорії інформаційного суспільства в своїй теорії постіндустріального суспільства [2]. Так само й нині апологети теорії соціальних комунікацій беруть на озброєння положення як теорії постіндустріального суспільства, так і теорії інформаційного суспільства.

Отже, основними характеристиками теорії постіндустріального, або інформаційного суспільства, які створили підґрунтя для формування уявлення про соціальні комунікації, є такі:

- 1) орієнтація суспільства на створення, пошук, упорядкування й (ре)трансляцію інформації як спосіб існування, заробітку й суспільного прогресу;
- 2) вияв детальної уваги до комунікаційної складової в стосунках між людьми;
- 3) здійснення науково-технічних революцій;

4) стимулом технічного прогресу повинні стати знання.

Важливим витокком для появи теорії соціальних комунікацій слід вважати теорію фордизму та постфордизму.

Теорія фордизму передбачає комплексну механізацію виробництва та науковий менеджмент [30]. Базовою категорією теорії менеджменту Г. Форда слід вважати високу заробітну платню працівників на його виробництві. Саме поєднання згаданих факторів, на думку Г. Форда, було спрямовано на укріплення соціальних зв'язків та накопичення соціального капіталу. Теперішні фахівці із соціальних комунікацій можуть сміливо спиратися на теорію фордизму, оскільки підвищення якості виробництва Г. Форд ґрунтував на комплексі організованих дій (зборі інформації, її обробці, трансляції і верифікації впливу інформації на споживача), що спрямовані на обмін соціально важливою інформацією та регулювання соціальних дій, взаємодій і відносин між соціальними суб'єктами й об'єктами у суспільстві [30].

Ідеї соціальних комунікацій реалізувалися й у *постфордизмі*, течії, представники якої захищали ідеї росту економіки завдяки технологічним досягненням [39]. Останні повинні слугувати реорганізації як виробничих процесів, так і організації по-новому ринків збуту. В основі нових соціальних комунікацій, які пропагував постфордизм, лежали такі критерії: домінування складної праці над простою; високий рівень фахових навичок та знань працівників; орієнтація кінцевого продукту на сегменти споживчих запитів.

Отже, до основних характеристик теорії фордизму й постфордизму, завдяки яким було створено підґрунтя для формування уявлення про соціальні комунікації, слід віднести такі:

1) укріплення соціальних зв'язків та накопичення соціального капіталу;

2) підвищення якості виробництва завдяки комплексу організованих дій (збір інформації, її обробка, трансляція й верифікація впливу інформації на споживача).

Аналіз концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій не може оминати окремі положення теорія «третьої хвилі», запропонованої Е. Тоффлером (див. праці: «Шок майбутнього», 1970 [29]; «Третя хвиля», 1980 [28] та «Революційне багатство: як воно буде створене та як воно змінить наше життя», 2008 [27]).

Зв'язок положень теорії «третьої хвилі» з положеннями сучасної теорії соціальних комунікацій є очевидними, оскільки Е. Тоффлер вважав, що соціальні зміни, які супроводжують технологічні зміни, і навпаки, створюють для суспільства багато незручностей. Суспільство не в змозі швидко адаптуватися до таких революційних змін, від чого виникає своєрідний шок. Такий шок переживає як суспільство у цілому, так й індивід. У сучасності Е. Тоффлер вбачає ознаки краху: руйнуються соціальні структури, з'являються тенденції диференціації в існуванні людини. Автор теорії «третьої хвилі» вважає, що людина замикається у своєму будинку, квартирі, створює нові спільноти у своєму приватному житті.

На думку Е. Тоффлера, новий спосіб життя потребує нових технологій у комунікації й нових засобів виробництва. Очевидним є перехід до нового етапу, «нової хвилі» цивілізації. Таку хвилю Е. Тоффлер називає третьою, оскільки перші дві (аграрна й індустріальна) вже минули. Ознаками нової хвилі розвитку суспільства, на думку дослідника, є електронна (комп'ютерна) революція; поява нових інформаційних технологій; інноваційні способи виробництва; «інші» способи життя, культури; нові способи вирішення «старих» глобальних проблем; трансформація суспільства у безкласове; постання «прогресивної» демократії, коли громадяни самі будуть вирішувати способи майбутнього

життя й обміну інформацією; поява нових транснаціональних інститутів, здатних до ефективного вирішення глобальних проблем людства; глобальний колообіг проектів, ідей, товарів, послуг, культур тощо.

На наш погляд, слід звернути увагу на те, що перелічені ознаки нового суспільства «третьої хвилі» цивілізації повинні супроводжуватися й новими засобами та технологіями в комунікаційній сфері діяльності людини. До перелічених ознак суспільства «третьої хвилі» необхідно було додати таку – «поява нових соціальних комунікацій» і «поява нових соціальнокомунікаційних технологій».

Таким чином, до числа основних характеристик теорії «третьої хвилі», варто, на наш погляд, віднести такі:

- 1) технологічні революційні зміни;
- 2) диференціації в існуванні людини;
- 3) людина замикається у своєму будинку, квартирі, створює нові спільноти у своєму приватному житті;
- 4) поява нових технологій у комунікації й нових засобів виробництва;
- 5) поява нових інформаційних технологій;
- 6) «інші» способи життя, культури.

Одна із сучасних провідних концептуальних баз для вивчення соціальних комунікацій належить *Мануелю Кастельсу* – іспанському соціологу й автору теорії нової соціології міста. Ідеї М. Кастельса називають *теорією інформаційного капіталізму*, або концепцією інформаційного суспільства [10].

М. Кастельс вважав, що історію цивілізації слід розподілити на три великих етапи: аграрний, індустріальний та інформаційний. Основна риса аграрного періоду розвитку суспільства полягає в кількісному рості трудових зусиль, видобутку ресурсів. На думку дослідника, основна риса індустріального періоду розвитку суспільства – поява нових джерел енергетики, а основною

ресою інформаційного етапу слід вважати технології генерування знання, обробки інформації тощо. М. Кастельс констатує появу глобалізації як явища стандартизації та уніфікації товарів широкого вжитку, інформаційних систем, робочої сили і капіталу. Він вважає, що сучасний капіталізм організовано за зразком мережі, яка розвивається спонтанно і що простір перестає відігравати свою роль в економіці. При цьому, впевнений М. Кастельс, стрімко розвиваються транснаціональні компанії, оскільки вони мають високий ступінь адаптації до постійних змін в економіці. В інформаційному суспільстві на біржі праці домінують спеціальності, пов'язані з обслуговуванням і грошми («білі комерці» [10]), і роботодавці віддають перевагу працівникам, які мають аналітичні здібності, високу кваліфікацію, мислять стратегічно. Саме тому, на переконання М. Кастельса, інформаційна праця є ланкою, яка об'єднує різні структури «інформаційного капіталізму» [10], ступінь володіння інформаційними технологіями визначає пріоритетні місця країн у світових процесах економіки. Як результат, на думку М. Кастельса, суспільство диференціюється на дві великі частини, а саме – тих, хто має доступ до мережі, і тих, хто такого доступу не мають [10].

Слід зазначити, що в інформаційному суспільстві соціальні комунікації як комплекс організованих дій (збір інформації, її обробка, трансляція і верифікація впливу інформації на споживача), що спрямовані на обмін соціально важливою інформацією та регулювання соціальних дій, взаємодій і відносин між соціальними суб'єктами й об'єктами у суспільстві, також змінюються. Кожний із пунктів-характеристик теорії інформаційного капіталізму М. Кастельса атрибує як певну єдність, мозаїчність, так і системність процесів.

Основними характеристиками теорії інформаційного капіталізму, що вплинули на формування концепції соціальних комунікацій, слід, на наш погляд, вважати такі:

1) інформаційний етап розвитку суспільства маркований технологіями генерування знання, обробки інформації тощо, що тягне за собою глобалізацію інформаційних систем;

2) фіксується інтенсивний розвиток транснаціональних компаній, і як результат – соціальні й комунікаційні зміни обслуговуючого персоналу; домінуючими стають спеціальності, що обслуговують суспільство;

3) на ринку праці цінуються працівники з аналітичними здібностями, високою кваліфікацією й стратегічним мисленням;

4) відбувається розшарування суспільства в залежності від доступу/недоступу до мережі [10].

Свій вклад у розвиток майбутніх концепцій соціальних комунікацій вніс Пітер Друкер, який є автором теорії про інноваційну економіку й підприємницьке суспільство.

Для розвитку концепцій соціальних комунікацій важливими, на наш погляд, слід вважати такі ідеї П. Друкера:

1) новий тип суспільства – інформаційний – постійно змінюється, отже, можна зробити висновок про те, що й соціальні комунікації постійно змінюються;

2) «творча деструкція» (термін П. Друкера [8]) характеризує засадничу ознаку як економіки майбутнього, так і суспільства: саме в такій творчій деструкції, на думку П. Друкера, зміни стануть постійними й перестануть дивувати фахівців;

3) у майбутньому інформаційному суспільстві виживуть, як вважає П. Друкер, лише лідери змін, саме ті, хто буде відчувати вектор ефективних змін і

зможе миттєво пристосовуватися до них [8]; отже, таке пристосування фахових менеджерів змінить структуру та якість соціальних комунікацій у суспільстві.

Пошук концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій і здійснення історико-порівняльного аналізу збігу й розбіжностей між сучасними положеннями й принципами вивчення соціальних комунікацій, з одного боку, і положеннями й принципами соціологічних теорій ХХ століття, з іншого боку, стимулюють об'єктивну необхідність розгляду теорій, запропонованих дослідниками *Франкфуртської школи*.

Провідна ідея Франкфуртської школи полягала у створенні широкої програми соціальних досліджень, що охоплювала галузі культури (включаючи і науку), релігію, мистецтво, мораль, право, громадську думку, стиль життя, спорт, моду, розваги тощо. Завдання нової теорії М. Горкхаймер як засновник Франкфуртської школи вбачав у вивченні змін й особливостей сучасної соціокультурної ситуації. У перспективі така теорія, на думку її автора, повинна була привести до нової культурної та соціальної практики.

На наш погляд, до тих положень теорії М. Горкхаймера [6; 36], які можуть слугувати підґрунтям для формування цілісної сучасної теорії соціальних комунікацій слід віднести декілька.

1. Разом із ростом раціональності засобів і цілей росте рівень домінування формальної раціональності, внаслідок чого з'являється нівелювання системи цінностей, що тягне за собою руйнацію культури.

2. Реалізація Просвітницького проекту насаджувала знання, що привело до руйнації міфів і послабленню уявлення.

3. Завдяки культурі в цивілізації з'являється одноманітність, стереотипізація.

4. На думку М. Хоркхаймер і його співавтора Т. Адорно, «злиття культури з розвагою призводить не лише до деградації культури, але і так само до неминучого одухотворення розваги».

5. Характерною рисою культури є перетворення її на товар, рекламу.

Висловлені Максом Хоркхаймером і Теодором Адорно думки прямо пов'язані із соціальними комунікаціями та теоріями, які їх зазвані тлумачити.

Наприклад, М. Хоркхаймер стверджує, що раціональність засобів і цілей провокує формальну раціональність і саме тому нівелюється система цінностей особистості [36]. У свою чергу такий процес нівеляції руйнує культуру. Соціальні комунікації як комплекс організованих дій, спрямованих на обмін інформацією та регулювання соціальних дій, взаємодій і відносин між соціальними суб'єктами й об'єктами у суспільстві повною мірою залежить від рівня раціональності засобів і цілей. Саме тому слід прийняти ідею М. Хоркхаймера як продуктивну для вивчення специфіки соціальних комунікацій сучасності.

Твердження М. Хоркхаймера про те, що реалізація Просвітницького проекту насаджувала знання, яке зруйнувало міфи й послабило людську здатність до уявлення також варто взяти на озброєння. Причини для такої тези декілька.

1. Відсутність знань, які принесла епоха Просвітництва європейцям, гарантувала функціональність суспільства, у якому регулювання соціальними діями, взаємодіями та відносинами контролювалися Церквою.

2. Церква за багато століть панування в суспільстві набула солідний досвід соціальних практик, які регулювалися конкретними догмами, санкціями та традиціями. Соціальні комунікації Церкви влаштовували не стільки суспільство, скільки саму Церкву як соціальний інститут і тому представники Церкви не були зацікавлені в зміні парадигми соціальних норм і санкцій.

3. Епоха Просвітництва принесла ті знання, які змінили багатовікові соціальні комунікації Церкви й дозволили людині відчутти силу інформації про устрій світу, про причини віри та принципи побудови суспільства.

4. Разом із новими знаннями про природу та суспільство Просвітництво уніфікувало уявлення людини про світ, що пізніше, в епоху інформаційного суспільства, стали називати глобалізацією. Разом із стереотипізацією знань про суспільство й природу почала фіксуватися нівеляція картини світу особистості. Оскільки стрижнем картини світу людини є його система цінностей, почала нівелюватися й вона. Знання Просвітництва стандартизували інформацію, яку подавали вчителі в школах та університетах, у міських управах та поліцейських відділках.

5. Як результат такої уніфікації людського уявлення про світ виникла проблема стандартизації моделей поведінки людини у суспільстві. Соціальні комунікації стали стандартизованими [36].

Слід визнати, що аналіз кожного з наведених положень теорії М. Хоркхаймера підтверджує як специфіку змін у соціальних комунікаціях кожної епохи розвитку людства, так і свідчить про істинність ідей, що пізніше були прийняті дослідниками соціальних комунікацій.

Ідеї М. Хоркхаймера й Т. Адорно стали підґрунтям для формування широковідомої теорії комунікативної дії, яку запропонував послідовник вчення Франкфуртської школи Ю. Габермас.

Однією з потужних теорій, які підштовхнули до становлення й розвитку теорій соціальних комунікацій, є *теорія комунікативної дії Юргена Габермаса*, якого називають представником другого покоління Франкфуртської школи. Аналіз двотомної праці Ю. Габермаса «Теорія комунікативної дії» [31] дає уявлення про її роль у становленні теорій соціальних комунікацій.

Основним поняттям згаданої теорії слід вважати комунікативну дію, яку автор тлумачить як таку взаємодію, принаймні двох індивідів, що упорядковується згідно з нормами, які приймаються за обов'язкові. Комунікативну дію дослідник розглядав у взаємозв'язку з раціональністю (діяльність, що пов'язана з розумом).

Автор теорії стверджував про те, що у людських діях більше, ніж ми думаємо комунікативних аспектів і вимірів. Саме такі сучасній науці слід вивчати для того, щоб дати людині ефективні засоби у пошуках шляхів розбудови демократичних основ.

Ю. Габермас, дискутуючи з К.-О. Апелем, розробив «універсальну прагматику», яка була спрямована на розробку програми універсальної значущості комунікативних дій, а одночасно й програму якщо не запобігання, то принаймні діагностування та лікування громадської патології у сфері суспільної комунікації. У розумінні Ю. Габермаса патологією слід називати форми, які систематично порушували комунікацію [31]. Під такими формами дослідник мав вплив системи чи то капіталізму, чи то соціалізму, які він критикував у традиціях Франкфуртської школи.

Безперечно, ідеї Ю. Габермаса мали суттєвий вплив на формування теорій соціальних комунікацій, оскільки в основі останніх лежить твердження про важливу функцію регулювання соціальних дій, взаємодій та відносин між соціальними суб'єктами й об'єктами у суспільстві, що ґрунтуються на обміні інформації, тобто – комунікації.

Вважаємо, що для пошуку концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій слід звернути увагу на такі ідеї Ю. Габермаса:

- 1) комунікативна дія (далі – КД) є взаємодією двох і більше людей;
- 2) КД є упорядкованою взаємодією, що узгоджується з нормами суспільства;

3) КД пов'язана з розумовою діяльністю;

4) «універсальна прагматика» (термін Ю. Габермаса й К.-О. Апеля) повинна діагностувати й лікувати громадські патології (те, що порушує обмін інформацією) у сфері суспільної комунікації;

5) КД регулюють соціальні дії, взаємодії та відносини в суспільстві [31].

Ідеї, висловлені у праці «Одновимірна людина» Г. Маркузе [12–13], також можуть розглядатися як предтеча теорій соціальних комунікацій.

Для філософа Г. Маркузе у світі немає героїв, тому що всі люди є зомбованими, жертвами маніпуляцій, нав'язуваних засобами масової комунікації. Саме тому, на думку дослідника, сучасна людина є одновимірною, не маючи своєї оцінки подіям та персонам.

Аналізуючи суспільство СРСР, Г. Маркузе дійшов висновку про те, що не комунізм побудували більшовики у ХХ столітті, а неототалітарну систему, одновимірну. Отже, можна зробити висновки: соціальні комунікації радянської системи зробили радянську людину одновимірною. Завдяки ЗМІ людям нав'язувалися неістинні стандарти й потреби, виховувався культ споживання. Філософ підкреслює, що революційна роль у суспільстві СРСР перейшла до маргіналів, які існуючій тоталітарній системі могли протиставити лише свій Протест у формі відмови підкорятися правилам системи. Були змінені ціннісні системи радянської людини. Людині залишилося від диктатури «сховатися» в культурних надбаннях, чим і пояснює Г. Маркузе розвиток літератури й мистецтва в СРСР [12–13]. Отже, варто говорити про специфічні соціальні комунікації, які панували в диктатурі Радянського Союзу.

Погляди Г. Маркузе на суспільство не дозволяли йому вірити в провідну силу робочого класу, що й відрізняло дослідника від позиції К. Маркса, який надавав робітникам роль гегемонії в суспільстві. Таким чином, соціальні комунікації Радянського Союзу розглядаються Г. Маркузе (без іменування

соціальними комунікаціями соціальних дій, взаємин та відносин) як спаплюжені, викривлені.

Г. Маркузе у своїй соціальній теорії піддає критиці соціальні відносини між суспільствами, які знаходяться у протиборстві щодо нарощування озброєння. Філософ повідомляє: «Не менш очевидно, що життя перетворюється на існування, так би мовити, на грані, у стан постійної готовності прийняти виклик. Ми мовчки приймаємо необхідність мирного виробництва засобів руйнування, доведеного до досконалості марнотратного споживання, виховання й освіти, що готує до захисту того, що деформує як самих захисників, так і те, що вони захищають» [13]. Можна зробити висновок про те, що Г. Маркузе передбачає руйнацію соціальних комунікацій на міждержавному рівні, між суспільствами. Формування свідомості людини під час протиборства економічно сильних суспільств залежить, на думку Г. Маркузе, від мас-медіа, оскільки «При таких обставинах наші засоби масової інформації не зазнають особливих труднощів в тому, щоб видавати приватні інтереси за інтереси усіх розумних людей» [13]. У результаті потужного впливу мас-медіа на суспільство його політичні потреби «перетворюються на індивідуальні потреби і спрямування, а задоволення останніх, у свою чергу, служить розвитку бізнесу і громадському благополуччю» [13].

Розвинута Г. Маркузе критична теорія сучасного суспільства мала завдання аналізувати суспільство з позиції можливості поліпшення умов існування людини. Під час такого аналізу виникає необхідність звернутися до ціннісних суджень, які є інструментом розв'язання проблеми історичної об'єктивності, що тягне за собою два моменти:

1) «судження, що людське життя коштує того, щоб його прожити, або швидше може й повинно стати таким. Це судження, – вважає Г. Маркузе, –

лежить в основі будь-якого інтелектуального зусилля й відмова від нього (абсолютно логічно) рівнозначна відмові від самої теорії» [13];

2) «судження, що в цьому суспільстві існують можливості для поліпшення людського життя й специфічні способи і засоби реалізації цих можливостей». На думку Г. Маркузе, «критична теорія повинна, ґрунтуючись на емпіричних даних, показати об'єктивну значущість цих суджень. Існуюче суспільство має в розпорядженні інтелектуальні й матеріальні ресурси, кількість і якість яких цілком піддається визначенню» [13].

Ключовим зауваженням Г. Маркузе слід вважати твердження про те, що соціальну теорію «цікавлять історичні альтернативи, які проявляються в існуючому суспільстві як підривні тенденції й сили». Отже, слід зробити висновок: ті специфічні тоталітарні радянські соціальні комунікації, які піддаються критиці з боку Г. Маркузе, і є підривними. Саме вони формують подальший розвиток суспільства, його трансформацію і перехід до інших специфічних соціальних комунікацій.

Слід відзначити роль двох протиставлених гіпотез, які висуває Г. Маркузе в праці «Одновимірна людина», і які свідчать про прагнення філософа вирішити проблему трансформації соціальних комунікацій Відмови у соціальні комунікації, які готові стати підґрунтям нової хвилі Відмови.

Перша гіпотеза формулюється автором таким чином: «розвинене індустріальне суспільство має здатність стримувати якісні зміни в майбутньому, що піддається передбаченню» [13].

Друга гіпотеза формулюється Г. Маркузе в такому вигляді: «існують сили й тенденції, які можуть покласти край цьому стримуванню й підірвати суспільство» [13].

Філософ вважає, що гіпотези відбивають дві тенденції, які витікають одна з одною, знаходяться одна в одній. Перша тенденція є домінуючою, оскільки

людство вже зрозуміло, що соціальні дії, взаємини та відносини слід змінювати, отже, слід змінювати й соціальні комунікації. Друга тенденція не виключена тому, що роль випадку чи катастрофи в історії розвитку людства має досить велике значення на зміну вектору прогресу.

Цікавим є в розмислах Г. Маркузе те, що автор високо оцінює функції технологій у технологічному суспільстві. Філософ констатує: «Технологію як таку не можна ізолювати від її використання, технологічне суспільство є системою панування, яке закладене вже в понятті й структурі техніки. Спосіб, яким суспільство організовує життя своїх членів, припускає» [13] вибір першої тенденції як ефективною у формуванні соціальних комунікацій.

На думку Г. Маркузе, після того, як будь-яка епоха («проект») реалізується, укорінюється в суспільному житті, відносини між інституціями стають домінуючими, панівними і тоталітаризують суспільство. Через деякий час такі домінуючі інституції й соціальні комунікації між ними потребують змін, нових змін. На переконання Г. Маркузе, такі зміни все одно повертаються до вибору домінанти в діаді «людина – природа». На жаль, фіксується негативна тенденція, коли природа виконує роль «матеріалу для панування» [13] людини.

Спираючись на критичну теорію сучасного суспільства, запропоновану Г. Маркузе, ми виокремили декілька основних пунктів, які можуть бути, на нашу думку, провідними під час формування концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій.

1. Сучасні соціальні комунікації нав'язуються засобами масової комунікації.

2. Під впливом ЗМІ люди стають «одновимірними» (термін Г. Маркузе), що робить їхні соціальні комунікації одновимірними.

3. Типовим одновимірним суспільством з одновимірними соціальними комунікаціями було суспільство, яке збудував СРСР.

4. Разом із типовими соціальними комунікаціями, притаманними радянському офіційному суспільству, у СРСР фіксувалися й специфічні соціальні комунікації маргіналів, яких тоді називали дисидентами.

5. Одновимірні радянські соціальні комунікації (Г. Маркузе не вживав термін «соціальні комунікації») можуть бути названі, за пропозицією Г. Маркузе, спаплюженими, або викривленими, специфічними.

6. Специфічні тоталітарні радянські соціальні комунікації були підривними й формували подальший розвиток суспільства, його трансформацію й перехід до інших специфічних соціальних комунікацій.

7. Критика Г. Маркузе нарощування озброєння за часи «холодної» війни й руйнація соціальних відносин між державами у світі дозволяє зробити висновок про те, що відбувалася руйнація соціальних комунікацій на міждержавному рівні, між суспільствами.

8. Суспільство готове до зміни соціальних комунікацій.

9. Зміни в соціальних комунікаціях можуть відбуватися завдяки технологіям у технологічному суспільстві.

10. Суспільство іноді використовує технології як засіб панування людини над природою, що не покращує соціальні комунікації.

11. Домінування певних соціальних інституцій створює умови для розквіту домінуючих соціальних комунікацій. Така домінація через певний час потребує змін, що створює нові умови для формування нових інституцій і нових соціальних комунікацій. Отже, коло замикається: нове старіє й тягне зміни, які стимулюють появу нового [13].

Здійснення історико-порівняльного аналізу концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій було третьою дослідницькою процедурою в

нашій методиці. Реалізувати згадану дослідницьку процедуру доцільно, на наш погляд, за допомогою табл. 1 (див. у Додатках до статті).

Результати здійсненого нами історико-порівняльного аналізу концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій свідчать про те, що у 95,4% (див. табл. 1 у Додатках) ідей тринадцяти теорій (концепцій) збігаються (мають спільні риси й характеристики, положення). Лише 4,6% ідей згаданих теорій (концепцій) не збігаються.

Четвертою й останньою дослідницькою процедурою методики нашого вивчення було заплановано створення моделі концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій. Враховуючи типові положення п'ятнадцяти аналізованих теорій (концепцій), ми збудували згадану модель (див. графічне зображення на рис. 1 у Додатках).

Аналіз моделі концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій, зображеної на рис. 1, дозволяє констатувати, що соціальні комунікації черпають досягнення якнайменше чотирьох наукових галузей, а саме: «Філософія», «Соціологія», «Економіка» й «Соціальні комунікації».

Як видно з моделі (див. рис. 1), вивчення соціальних комунікацій активно послуговується ідеями наукової галузі «Філософія» (наприклад, теорія соціоінжинірингу Ю. Резніка). Із наукової галузі «Економіка» вивчення соціальних комунікацій спирається на вчення Г. Форда (теорія фордизму) й неофордизм (S. Hall), теорію про інноваційну економіку й підприємницьке суспільство (П. Друкер) та на теорію соціального інжинірингу (О. Гастев). Вивчення соціальних комунікацій черпає знання також із наукової галузі «Соціологія»: теорія постіндустріального, або інформаційного суспільства (Д. Белл, З. Бжежинський, П. Друкер, В. Іноземцев, М. Кастельс, Я. Масуді, О. Тофлер, С. Хатингтон, А. Чухно); теорія «третьої хвилі» (О. Тофлер, С. Брод); теорія інформаційного капіталізму (М. Кастельс); теорія М. Горкхаймера;

теорія комунікативної дії (Ю. Габермаса); теорія критичного раціоналізму (К. Поппер) тощо.

Враховуючи знання наукових галузей «Філософія», «Соціологія» й «Економіка», дослідники, які числять себе прибічниками відносно нової в Україні (у порівнянні з перерахованими трьома) наукової галузі «Соціальні комунікації» (наукового напрямку «Соціальна комунікація» в Росії) спираються сьогодні на метатеорію соціальної комунікації (А. Соколов [25]), теорію соціальних інформаційних комунікацій (В. Горовий [7]); теоретичні положення про соціальні комунікації (Г. Почепцов [17], В. Різун [23], О. Холод [34–35]); теорія інмутації суспільства (О. Холод [33]) тощо.

IV. Висновки

На початку дослідження ми поставили мету здійснити історико-порівняльний аналіз концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій. За результатами здійсненого дослідження ми констатуємо, що мета була досягнута повною мірою.

Спираючись на заплановані на початку дослідження чотири пошукові процедури, констатуємо, що концептуальними витокami вивчення соціальних комунікацій варто вважати п'ятнадцять теорій (у тому числі, і концепцій), що об'єднані чотирма науковими галузями, а саме: «Філософія», «Соціологія», «Економіка» й «Соціальні комунікації».

Перспективи подальшого дослідження

На наш погляд, у подальшому слід зорієнтуватися на пошуку нових концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій. При цьому ми радимо звернути увагу на теорії (а також і концепції), які були сформульовані в наукових галузях «Філософія» (теорія нооцентризму В. Вернадського), «Психологія» (культурно-історична теорія Л. Виготського), «Історія» (пасіонарна концепція етногенезу Л. Гумільова).

Подяки

Висловлюємо ширю подяку кандидату філологічних наук, доценту Ганні Холод за точні підказки та аналітичне читання тексту статті.

Список використаної літератури

1. Антонюк Г. А. Социальное проектирование и управление общественным развитием / Г. А. Антонюк. – Минск: Наука и техника, 1936. – С. 128–129.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986. – С. 145.
3. Ватиканский II Собор [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravenc.ru/text/149919.html> (дата звернення: 8.03.2017). – Назва з екрана.
4. Гастев А. К. Как надо работать. Практическое введение в науку организации труда. – Изд. 2-е. – М., 1972. – С. 26–27.
5. Гастев А.К. Социальные установки // У истоков НОТ: забытые дискуссии и нереализованные идеи. – Л., 1990. – С. 103.
6. Горкгаймер М. Критика інструментального розуму / М. Горкгаймер. – [пер., передм. та післям. Култаєва М.]. — К.: ППС-002, 2006. — 282 с.
7. Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. М. Горовий. – К. : НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського, 2010.
8. Друкер П. Менеджмент: задачи, обязанности, практика / П. Друкер. — М.: Вильямс, 2008. — С. 992.
9. История II Ватиканского Собора / Под ред. Дж. Альбериги и др. – М., 2005. – Т. 2. – С. 326–340; також див.: Т. 3. – С. 220–238.

10. Кастельс М. Информационная эпоха / М. Кастельс [Електронний ресурс]. — Режим доступу до сторінки : <http://www.mashka-inc.narod.ru/books/castels.html> (дата звернення: 16.02.17). — Назва з екрану.
11. Концепция «социальной инженерии» А.К. Гастева [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://reshal.ru/концепция-социальной-инженерии-а-к-г/> (дата звернення: 8.03.2017). — Назва з екрана.
12. Маркузе Г. Одновимірна людина. Дослідження ідеології розвинутого індустріального суспільства (глави з книги) / Г. Маркузе. — [пер. В. Курганський] // Сучасна зарубіжна соціальна філософія: Хрестоматія. — К.: Либідь, 1996. — С. 87–134.
13. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе [пер. с англ., послесл., примеч. А. А. Юдина; сост., предисл. В. Ю. Кузнецова]. — М.: ООО "Издательство АСТ", 2002. — 526, [2] с. — (Philosophy).
14. Миллс Ч. Властвующая элита / Ч. Миллс. — [пер. с англ.] — М.: Иностранная литература, 1959.
15. Поппер К. Ницета историцизма / К. Поппер // Вопр. философии. — 1992. — № 9. — С. 27.
16. Почепцов Г. Социокommunikации и социосистемы [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. — Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (дата звернення: 8.06.2016). — Назва з екрану.
17. Почепцов Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Г. Почепцов // Комунікація. — 2010. — С. 19–26.
18. Резник Ю. М. Социальная инженерия в системе социологического образования // Социс. — 1994. — № 5. — С. 87–96.
19. Резник Ю. М. Социальная инженерия: предметная область и границы применения [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

- <http://www.read.in.ua/book251176> (дата звернення: 9.03.2017). – Назва з екрану.
- 20.Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / В. В. Різун // Комунікація. – № 1. – 2010. – С. 27–37.
- 21.Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 2. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2011. – с. 7–11.
- 22.Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різун] / Інститут журналістики: [сайт]/ — Електронні дані. — Київ, 2011. — Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 2.03.2016). – Назва з екрану.
- 23.Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії) / В. Різун // Комунікація. – № 2. – 2012. – С. 8–18.
- 24.Советский коммунизм – новая цивилизация? Том 1. (Soviet communism: a new civilisation? Vol. I., 1936) [Pdf-2.4М]. – Перевод с английского. – С предисловием автора к русскому изданию (Москва: Государственное социально-экономическое издательство, 1937).
- 25.Соколов А. В. Метатеория социальной коммуникации / А. В. Соколов. — СПб.: Рос. нац. б-ка, 2001. — 351 с.
- 26.Социологическая юриспруденция Роско Паунда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://textbook.news/politicheskikh-pravovyih-istoriya/165-sotsiologicheskaya-yu-risprudentsiya-rosko.html> (дата звернення: 9.03.2017). – Назва з екрану.

27. Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство: Как оно будет создано и как оно изменит нашу жизнь. – [пер. з англ. М. Султановой, Н. Цыркун]. — М. : АСТ, 2008. — 569 с.
28. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — М. : АСТ, 1999. — 784 с.
29. Тоффлер Э. Шок будущего / Э. Тоффлер. — М. : АСТ, 2001. — 560 с.
30. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд. — [пер. Н. Рудницкая, Е. Кочерин]. — М.: Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2013. — 304 с.
31. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия [Текст]: / Ю. Хабермас. / Вестник Московского университета. Сер. 7: Философия. — 1993 — № 4. — С. 43–63.
32. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. — СПб., 2000.
33. Холод О.М. Теорія інмутації суспільства: монографія / О.М. Холод. – К. : КиМУ, 2011. – 305 с.
34. Холод О. М. Триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії // Соціальний інжиніринг: моделі й технології: кол. монографія / [за наук. ред. О. Холода]. — К.: КНУКіМ, 2015. — С. 21–26.
35. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку: навч. посіб. / О. М. Холод. – К.: Видавництво навчальної літератури, 2017. – 593 с. (у друці).
36. Хоркхаймер Макс, Адорно Теодор В. Диалектика Просвещения : Филос. фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. — М.: Медиум, 1997. — 310 с.
37. Baragli E. L'Inter Mirifica: Introduzione, storia, discussione, commento, documentazione. – R., 1969.
38. Church and Social Communication: 40 Years of Inter Mirifica and Beyond // Ad Veritatem. – Manila, 2005. – Vol. 5. – N 1. – P. 1–9;
39. Hall, S. (1988) Brave new world. Marxism Today, October, p. 24.

40. Roscoe Pound, *An Introduction to the Philosophy of Law* (New Haven: Yale University Press, 1922).
41. Roscoe Pound, *The Ideal Element In Law*, ed. Stephen Presser (Indianapolis: Liberty Fund 2002).
42. Sidney Webb, Beatrice Potter Webb. *Indian Diary*. Oxford University Press, 1990. – 222 p.
43. Sidney Webb, Beatrice Webb. *Industrial Democracy*. Longmans, Green and Company, 1902. – 929 p.

Додатки

Таблиця 1

Основні характеристики концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій (історико-порівняльний аналіз)

№ /п	Назва концепції (теорії)	Автори й прихильники концепції (теорії)	Основні характеристики концепцій (теорій)	Відповідність (+) /невідповідність (-) ідеям вивчення соціальних комунікацій (у %)
1.	Теорія постіндустрійного, або інформаційного суспільства	Д. Белл, З. Бжежинський, Дж. Гелбрейт, П. Друкер, В. Іноземцев, М. Кастельс, Я. Масуді, О. Тофлер, С. Хантингтон, А. Чухно та ін.	1) орієнтація суспільства на створення, пошук, упорядкування й (ре)трансляцію інформації як спосіб існування, заробітку й суспільного прогресу – 25%;	+/- 12,5/12,5
			2) детальна увага до комунікаційної складової в стосунках між людьми – 25%;	+ 25
			3) здійснення науково-технічних революцій – 25%;	- 25
			4) знання як стимул технічного прогресу – 25%.	+/- 12,5/12,5
	<i>Сумарний показник (Σ)</i>	-	100%	-
	<i>Середній показник</i>	-	-	- 50%/ + 50%
2.	Теорія фордизму й	Форд, С.	1) укріплення соціальних зв'язків та накопичення соціального капіталу – 50%;	+ 50

	постфордизму		2) підвищення якості виробництва завдяки комплексу організованих дій (збір інформації, її обробка, трансляція й верифікація впливу інформації на споживача) – 50%.	+ 50
	<i>Сумарний показник (Σ)</i>		100%	–
	Середній показник	–	–	+ 100%
3.	Теорія «третьої хвилі»	Е. Тоффлер, С. Брод	1) диференціації в існуванні людини – 20%;	–
			2) людина замикається у своєму будинку, квартирі, створює нові спільноти у своєму приватному житті – 20%;	+ 20
			3) поява нових технологій у комунікації й нових засобів виробництва – 20%;	+ 20
			4) поява нових інформаційних технологій – 20%;	+ 20
			5) «інші» способи життя, культури – 20%;.	+ 20
	<i>Сумарний показник (Σ)</i>		100%	–
	Середній показник	–	–	+ 80%
4	Теорія інформаційного капіталізму	М. Кастельс	1) інформаційний етап розвитку суспільства маркований технологіями генерування знання, обробки інформації тощо, що тягне за собою глобалізацію інформаційних систем – 25%;	–/+
			2) фіксується інтенсивний розвиток	+

			транснаціональних компаній, і як результат – соціальні й комунікаційні зміни обслуговуючого персоналу; домінуючими стають спеціальності, що обслуговують суспільство – 25%;	
			3) на ринку праці цінуються працівники з аналітичними здібностями, високою кваліфікацією й стратегічним мисленням – 25%;	–/+
			4) відбувається розшарування суспільства в залежності від доступу/недоступу до мережі – 25%.	–/+
	<i>Сумарний показник (Σ)</i>		100%	–
	Середній показник	–	–	+ 80%
5	Теорія про інноваційну економіку й підприємницьке суспільство	П. Друкер	1) новий тип суспільства – інформаційний – постійно змінюється, отже, можна зробити висновок про те, що й соціальні комунікації постійно змінюються;	+
			2) «творча деструкція» (термін П. Друкера) характеризує засадничу ознаку як економіки майбутнього, так і суспільства: саме в такій творчій деструкції, на думку П. Друкера, зміни стануть постійними й перестануть дивувати фахівців;	+

			3) у майбутньому інформаційному суспільстві виживуть, як вважає П. Друкер, лише лідери змін, саме ті, хто буде відчувати вектор ефективних змін і зможе миттєво пристосовуватися до них; отже, таке пристосування фахових менеджерів змінить структуру та якість соціальних комунікацій у суспільстві.	+
	<i>Сумарний показник (Σ)</i>		100%	–
	Середній показник		–	+100%
6	Теорія М. Хоркхаймера	М. Хоркхаймер	1) разом із ростом раціональності засобів і цілей росте рівень домінування формальної раціональності, внаслідок чого з'являється нівелювання системи цінностей, що тягне за собою руйнацію культури – 20%;	+
			2) реалізація просвітницького проекту насаджувала знання, що привело до руйнації міфів і послабленню уявлення;	+
			3) завдяки культурі в цивілізації з'являється одноманітність, стереотипізація – 20%;	+
			4) на думку М. Хоркхаймера і його співавтора Т. Адорно, «злиття культури з розвагою призводить не лише до деградації культури, але і так само до неминучого одухотворення розваги» – 20%;	+
			5) характерною рисою культури є перетворення її на товар, рекламу – 20%.	+
	Сумарний		100%	–

	показник (Σ)			
	Середній показник		–	+100%
7	Теорія комунікативної дії	Ю. Габермас	1) комунікативна дія (далі – КД) є взаємодією двох і більше людей – 20%;	+
			2) КД є упорядкованою взаємодією, що узгоджується з нормами суспільства – 20%;	+
			3) КД пов'язана з розумовою діяльністю – 20%;	+
			4) «універсальна прагматика» (термін Ю. Габермаса й К.-О. Апеля) повинна діагностувати й лікувати громадські патології (те, що порушує обмін інформацією) у сфері суспільної комунікації – 20%;	–
			5) КД регулюють соціальні дії, взаємодії та відносини у суспільстві – 20%.	+
	Сумарний показник (Σ)		100%	–
	Середній показник		–	+80%
8	Теорія соціального інжинірингу	А. Гастев	1) соціальна інженерія повинна бути самостійною галуззю досліджень і бути спрямованою «не стільки на соціальне пізнання (відкриття наукових фактів або емпіричних закономірностей), скільки на зміну соціальної дійсності (впровадження інноваційних та практичних рекомендацій)» – 20% [Гастев, 1922; Гастев, 1990]);	+
			2) соціальний інжиніринг є стиком «соціальної та природної областей знання» й саме тому	+

			має спиратися на методологію обох (із методології природної області знань соціальний інжиніринг повинний запозичити «точні експериментальні методи і прихильність до достовірних фактів» – 20% [Концепция «социальной инженерии» А.К. Гастева, 2017]);	
			3) соціальний інжиніринг для змінення соціальної дійсності повинен спиратися на певний інструментарій (реалізація інноваційних і практичних рекомендацій), а саме: наукова організація виробничого процесу (яка спирається на фізіологію й психологію) і наукова організація управління (яка спирається на соціальну психологію);	+
			4) значимими для соціального інжинірингу є людські взаємини в організації виробництва, посилюючись – 20% [Гастев, 1972, с. 26–27];	+
			5) конструювання соціального середовища повинно здійснюватися на рівні окремого підприємства – 20% [Концепция социального инжиниринга А. К. Гастева, 2017].	– 20%
	Сумарний показник (Σ)		100%	–
	Середній показник		–	– 20% + 80%
9	Теорія соціоінжиніри	Резнік	1) «соціальна інженерія» – «особлива діяльність, орієнтована на	+ 50%

	нгу		цілеспрямовану зміну й регулювання різних організаційних структур (соціальних інститутів, формальних організацій та ін.)» – 50% [Резник, 2017];	
			2) соціоінженерія як система штучного типу характеризується такими рисами: цілеспрямованість; ґрунтування на спільній діяльності фахівців; нормативність у регулюванні внутрішніх і зовнішніх зв'язків; конструктивні можливості й обмеженість; нездатність бути переналаштованими для виконання інших, незапланованих, цілей – 50%.	–/+ 25%/25 %
	Сумарний показник (Σ)		100%	–
	Середній показник		–	– 25% + 75%
0. ¹	Теорія соціальних інформаційних комунікацій	В. Горовий	1) соціальні комунікації «забезпечують функціонування людини як складника суспільного організму» – 20% [Горовий, 2010];	+
			2) ускладнення структури суспільства стимулює ускладнення системи соціальних комунікацій – 20%;	+
			3) людина як соціально-біологічна істота «використовує біологічні системи комунікацій» – 20%;	+
			4) паралельно з останніми людина використовує й штучні системи комунікацій із матеріальною основою (мова, символи, малювання, письмо) – 20%;	+

			5) матеріальною основою соціальних комунікацій є «виготовлені людиною матеріальні носії інформації та засоби керування наявними інформаційними ресурсами» – 20% [Горовий, 2010];	+
	Сумарний показник (Σ)		100%	–
	Середній показник		–	+100%
1.	Теоретичні положення про соціальні комунікації	Г. Почепцов	1) соціальні комунікації «налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього як короткотривалий (тактичний), так і довготривалий (стратегічний) інструментарій» – 50% [Почепцов, 2010, с. 19–26];	+
			2) «соціальні комунікації» не наука, а вид «соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій, а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу) – 50% [Почепцов, 2010, с. 19–26].	+
	Сумарний показник (Σ)		100%	–
	Середній показник		–	+100%
1	Методологічн	· Р і з у н	1) соціальні комунікації – «така	+

2.	і положення про соціальні комунікації		системауспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення й підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності» – 25% [Різун, 2012. – С. 8–18];	
			2) така діяльність «спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами» – 25% [Різун, 2012. – С. 8–18];	+
			3) «з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» – 25% [Різун, 2012. – С. 8–18];	+
			4) такі комунікації є «соціально маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей» – 25% [Різун, 2012. – С. 8–18];	+
			5) «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільнокомунікаційної справи» – 25% [Різун, 2012. – С. 8–18].	+

	Сумарний показник (Σ)		100%	–
	Середній показник		–	+100%
3.1	Теорія інмутації суспільства	О. Холод	1) соціальні комунікації – це інструментарій соціальної інженерії – 25% [Холод, 2017];	+
			2) застосовує комунікаційні технології – 25% [Холод, 2017];	+
			3) створює інформацію, здійснює її пошук, упорядкування, трансляцію, обмін, збереження й вимірювання впливу на реципієнта – 25% [Холод, 2017];;	+
			4) інструментарій, спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві – 25% [Холод, 2017];.	+
	Сумарний показник (Σ)		100%	–
	Середній показник		–	+100%
	ЗАГАЛЬНИЙ СЕРЕДНІЙ ПОКАЗНИК		1) збігаються ідеї	+95,4%
		2) не збігаються ідеї	–4,6%	

Додатки

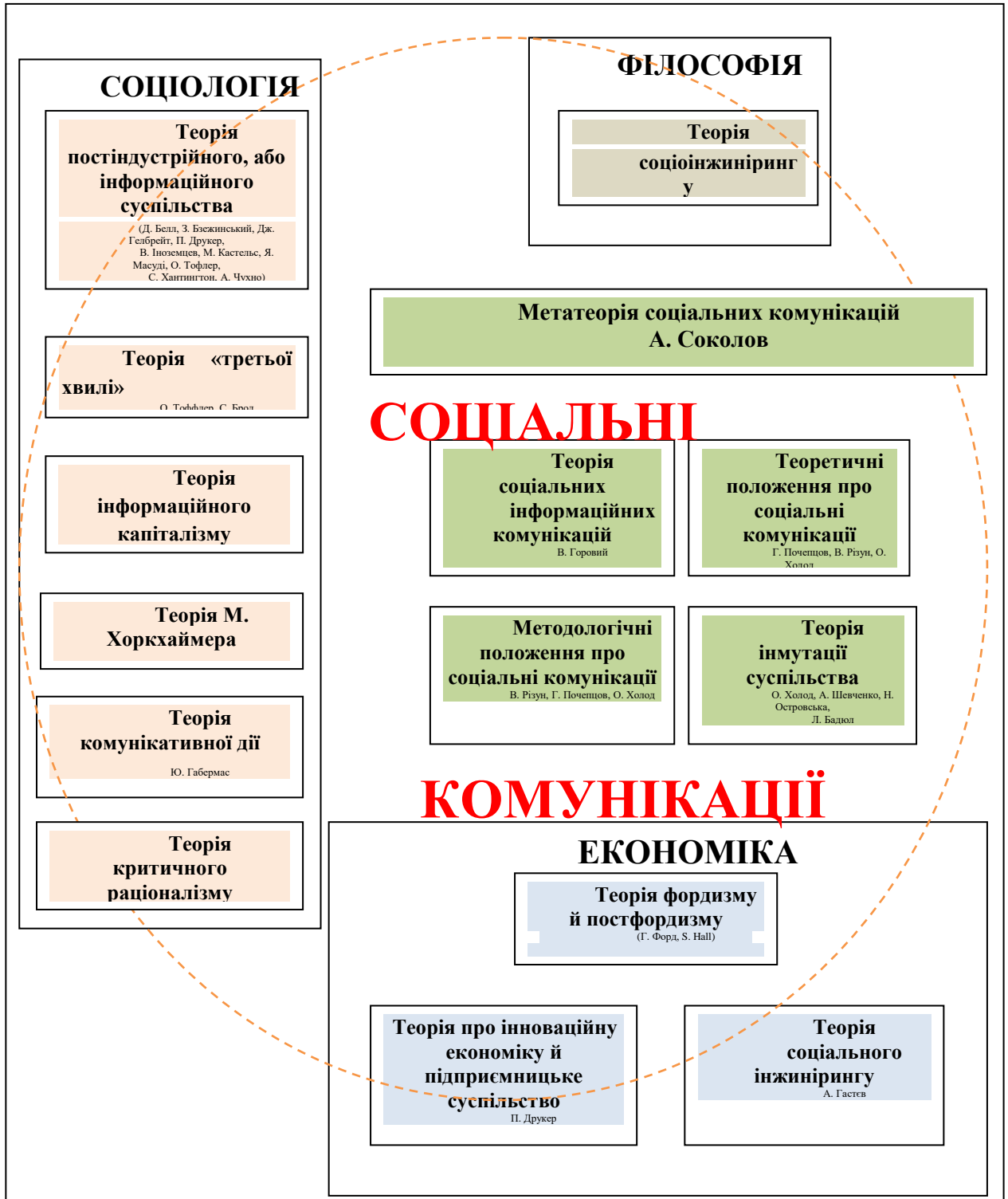


Рис. 1 Модель концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій

Олександр Холод

МЕДІА Й ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

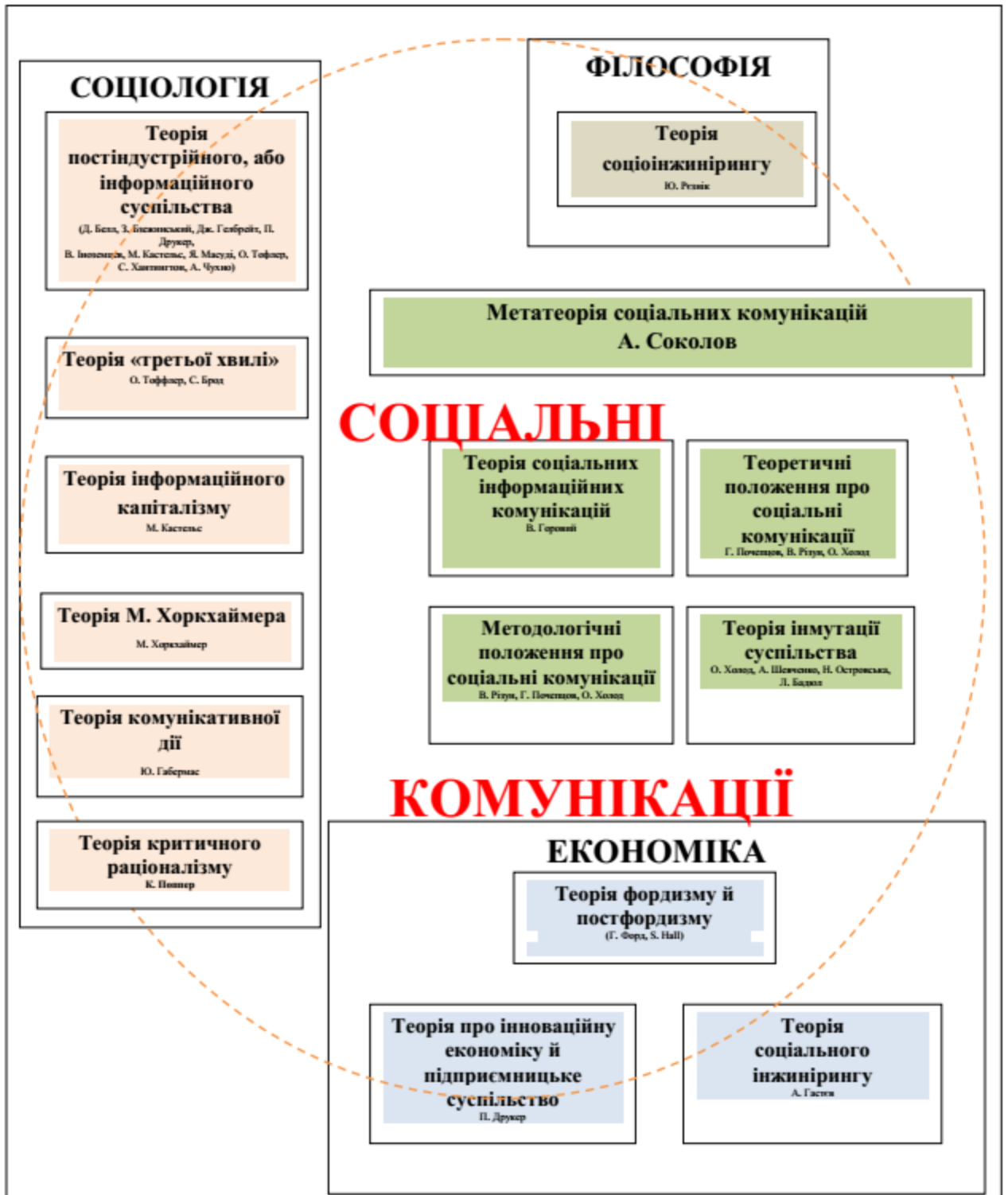


Рис. 1 Модель концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій

Олександр Холод

МЕДІА Й ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Розділ 1.2.

**ТРАНСГРЕСИВНА ТЕНДЕНЦІЯ
РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
У ТЕОРІЇ ВАЛЕНТИНИ ІЛЬГАНАЄВОЇ****I. Вступ**

Першим аспектом проблеми, яка аналізується нами, є відсутність детального аналізу концепції соціальних комунікацій, запропонованої Валентиною Олександрівною Ільганаєвою ще 2009 року. Вперше опис власних концептуальних положень В. Ільганаєвої подано автором у словнику-довіднику [27]. У згаданому словнику-довіднику дослідниця посилається на існуючі соціальні й інформаційні теорії, що тлумачать комунікацію з різних позицій, спираючись на різні підґрунтя.

Фіксацією *другого аспекту* аналізованої нами проблеми здійснюється В. Ільганаєвою в таких її словах: «... розподіл комунікації на матеріальну й духовну суперечить природі самої інформації, що є предметом комунікаційної взаємодії та на певному етапі розвитку соціальної комунікації як діяльності стає провідним фактором соціально-культурного прогресу» [27, с. 9]. Іншими словами, проблема нашого наукового пошуку полягає і в тому, що дослідники соціальних комунікацій штучно диференціюють складники явища «соціальні комунікації», чого не слід, на наш погляд, робити, оскільки такий диференційований (розчленований) аналіз веде до хибних, однобоких, висновків щодо, суті, структури й функцій соціальних комунікацій.

Третім аспектом різнобічного тлумачення В. Ільганаєвою явища «соціальні комунікації» є небезпека невиправданого вип'ячування певних

(наприклад, соціологічних (див.: [13–14; 31]) або психологічних (див.: [17]) підходів до аналізу соціальних комунікацій.

Три згадані аспекти створюють потрійний характер аналізованої нами проблеми, яку ми стисло формулюємо як відсутність детального аналізу наслідків, з одного боку, диференціації різних аспектів соціальних комунікацій, із другого боку, надмірне об'єднання в єдиний «теоретичний потік» різних концептуальних парадигм, із точки зору яких дослідники пояснюють складність і синтетичність соціальних комунікацій як явища.

Ідентифікована нами проблема має прямий зв'язок із важливими, на наш погляд, науковими й практичними завданнями, які вирішують дослідники наукової галузі «Соціальні комунікації». По-перше, виокремлення однієї точки зору й концептуального підходу до аналізу явища «соціальні комунікації» дозволить скоординувати наукові розвідки аспірантів і докторантів в єдиному ключовому концептуально обґрунтованому напрямку. По-друге, вирішення аналізованої нами проблеми дозволить не «змішувати» різні концепції аналізу явища «соціальні комунікації» в єдиний еkleктичний «рух думки», який нині в дисертаціях пошукувачі наукових ступенів називають або «концепція соціальних комунікацій», або «соціальнокомунікаційний метод», або «парадигма соціальних комунікацій».

Описана нами проблема є частково розробленою. Нам відомі праці, спрямовані на спроби аналізу явища «соціальні комунікації» здійснили такі дослідники: В. Горовий [4], В. Ільганаєва [6; 9], Г. Почепцов [18], В. Різун [21–23], А. Соколов [25–26], А. Холод [32–41]. Згадані дослідники у своїх працях не розглядали проблему доцільності диференційного й синтетичного підходів до аналізу явища «соціальні комунікації». Саме тому ми звертаємося до з'ясування доцільності згаданих підходів.

II. Постановка завдання

Спираючись на викладену проблему та її аспекти, нами була сформульована мета подальшого дослідження: здійснити аналіз трансгресивної тенденції розвитку соціальних комунікацій у теорії В. Ільганаєвої на предмет виявлення доцільності диференційного й синтетичного підходів до аналізу явища «соціальні комунікації».

Об'єктом дослідження було обрано аналіз трансгресивної тенденції розвитку соціальних комунікацій, яку ідентифікувала В. Ільганаєва, *предметом* – виявлення доцільності диференційного й синтетичного підходів до аналізу явища «соціальні комунікації».

Для здійснення поставленої мети ми звернулися до таких двох класифікацій методів:

- 1) загальні методи й загальнонаукові;
- 2) емпіричні й теоретичні методи.

За першою класифікацією серед загальних обрали *діалектичний метод*, який дозволив нам здійснити пошук причиново-наслідкових зв'язків між ідентифікацією В. Ільганаєвою трансгресивної тенденції розвитку соціальних комунікацій і виявленням доцільності диференційного й синтетичного підходів до аналізу явища «соціальні комунікації». Застосування діалектичного методу дозволило нам дотримуватися трьох принципів діалектики, а саме: принципу матеріалістичного монізму, принципу єдності діалектики буття і діалектики мислення, а також принципу загального зв'язку й загального розвитку явищ у світі.

Із числа *загальнонаукових методів* нам допомогли вивчати діалектичний зв'язок між причинами й наслідками досліджуваного явища «соціальні комунікації» такі методи: аналіз, синтез, абстрагування, аналогія, моделювання. *Метод аналізу* дозволив нам розчленувати явище «соціальні комунікації» на його системні складники для того, щоб *абстрагуватися* (відволіктися від

другорядних властивостей і відносин досліджуваного явища) і завдяки *методу синтезу* зосередитися на з'єднанні раніше ідентифікованих частин явища «соціальні комунікації» в єдине ціле. Залучення *методу аналогії* дозволило нам сформулювати висновки про подібність і розбіжність диференційного й синтетичного підходів до вивчення соціальних комунікацій. Завдяки *методу моделювання* ми змогли створити й вивчити графічну копію концепції В. Ільганаєвої про трансгресивну тенденцію розвитку соціальних комунікацій.

Звертаючись до другої класифікації на емпіричні й теоретичні методи, ми виокремили доцільними для свого дослідження такі емпіричні методи, як: спостереження й опис, серед теоретичних методів ми залучили аксіоматичний метод. *Спостереження* дозволило нам цілеспрямовано й організовано сприйняти думки В. Ільганаєвої про розвиток соціальних комунікацій, а також рефлексивно сприйняти власні думки щодо доцільності застосування диференційного й синтетичного підходів у вивченні процесів розвитку соціальних комунікацій. *Метод опису* ми застосували задля фіксації результатів нашого спостереження. *Аксіоматичний метод* як метод теоретичного дослідження був залучений нами для висунування положень, що не вимагають доведення, і виведення на їх основі тез, що утворюють аксіоматичну теорію.

III. Результати

Власну концепцію бачення соціальних комунікацій запропонувала доктор історичних наук, професор Валентина Олександрівна Ільганаєва (м. Харків). 1996 року В. Ільганаєва видала монографію «Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку», у якій детально виклала своє бачення об'єкту вивчення й методологічної суті соціальних комунікацій.

В. Ільганаєва є автором-укладачем першого в Україні словника-довідника «Соціальні комунікації» (2009). Ряд положень, висловлених в авторських

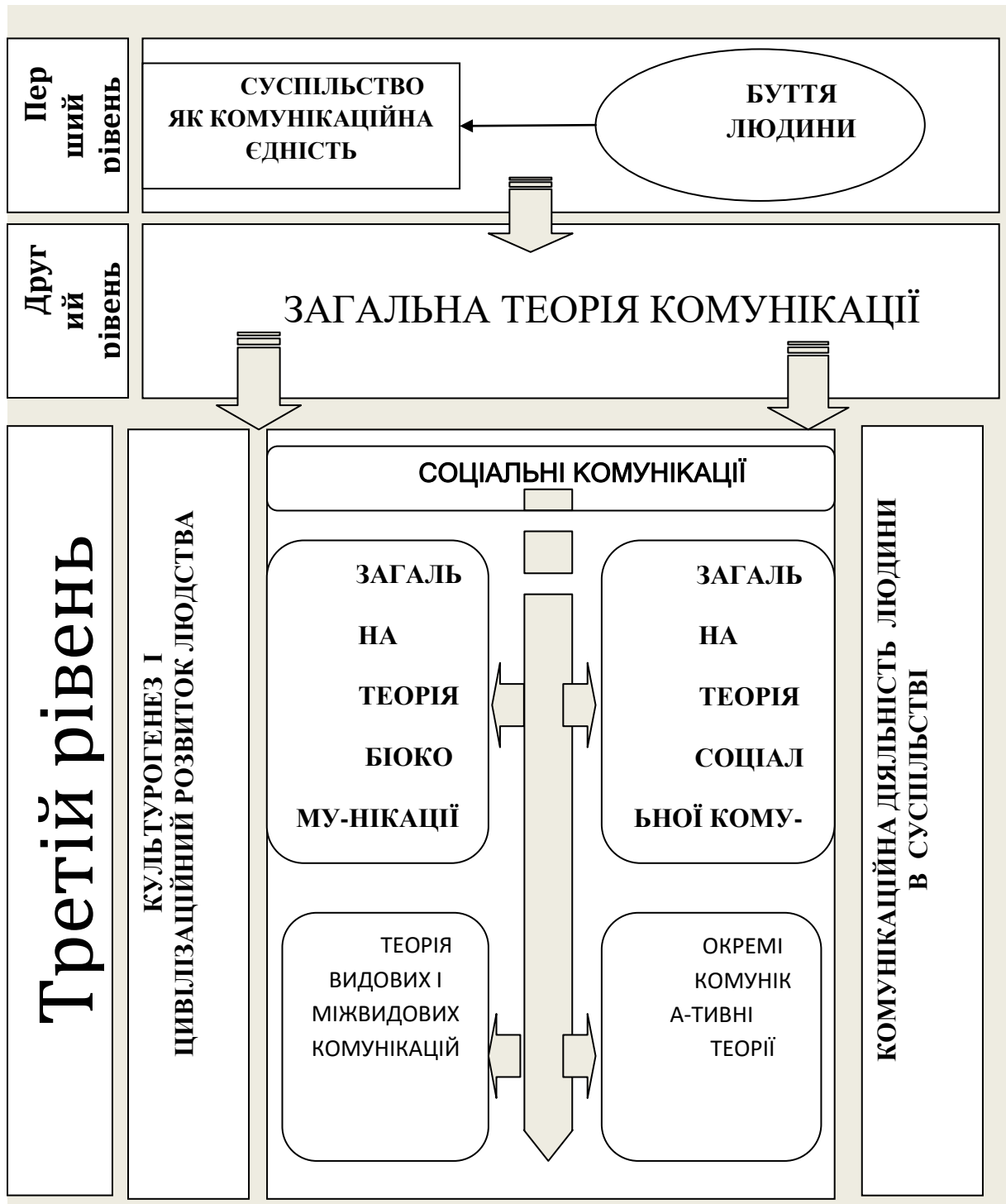


Рис. 1. Місце соціальних комунікацій (соціальної комунікації) в системі галузей знань і структура комунікаційного знання (за: В. Ільганасва, 2009 [9]).

статтях та розділах у колективних монографіях, дозволили графічно відбити бачення автором місця й ролі соціальних комунікацій серед інших наук і галузей знань (див. рис. 1 далі).

В основу концепції соціальних комунікацій (соціальні комунікації як складник теорії комунікації) В. Ільганаєва кладе буття людини, яке базується на суспільстві як комунікаційній єдності. Останнє спирається на культурогенез і цивілізаційний розвиток людства та комунікаційну діяльність людини в суспільстві.

Структуру комунікаційного знання складають три рівні:

1 рівень – загальна теорія комунікації,

2 рівень – загальна теорія біологічної комунікації та загальна теорія соціальної комунікації,

3 рівень – теорія видових і міжвидових комунікацій та окремі комунікативні теорії.

Слід занотувати: поки що, за словами В. Ільганаєвої, не існує чіткої теорії соціальної комунікації. Також відсутня й теорія видових і міжвидових комунікацій. Розпорошені знання окремих комунікативних теорій.

У своєму розділі «Теорія соціальних комунікацій на шляху фундаменталізації медіа-знання» В. Ільганаєва як співавтор колективної монографії «Соціальні комунікації: результати досліджень–2013», що була опублікована 2014 року, розвиває власний погляд на соціальні комунікації.

Поява теорії соціальних комунікацій (далі – ТСК), на думку В. Ільганаєвої, «була реакцією на розгортання суспільної взаємодії як однієї зі складових буття людини». Автор впевнена, що «досягнення інформаційно-комунікаційних технологій на основі електронних знарядь, засобів зв'язку та телекомунікацій обумовили якісні перетворення в цій сфері». Саме такі перетворення, на думку дослідниці, дозволили «відчути вразливість і вибуховість дії комунікаційних предметів на свідомість людей у конкретних станах суспільства, що опинилося в тенетах глобальної комунікаційної мережі» [11].

Аналізуючи шляхи розвитку соціальних комунікацій, В. Ільганаєва вважає, що «етапи розгортання комунікації як окремого виду соціальної взаємодії пов'язані з її еволюцією від біосоціальних засобів відображення та сприйняття реальності через первинні форми контакту, невербального та вербального спілкування до мультисенсорних засобів мультимедійних систем сучасності» [11, с. 5–44]. Дослідниця нагадує, що «на біосоціальний характер адаптації сенсорної системи людини для збору інформації та прийняття рішень відносно існування в Природі, а потім і в суспільстві звертали увагу науковці з Н. Вінер та В. Беньямін.

В. Ільганаєва стверджує, що соціальну взаємодію слід розглядати «як рух соціальної матерії». У такої матерії є власна структура, яка «створює простір суспільних відносин, зв'язків та відтворення їх у соціальній організації суспільства». Якщо мова йде про пізнавальний аспект аналізу соціальної взаємодії, дослідниця пропонує вважати її «найвищим рівнем теоретичних узагальнень соціальної комунікацій». Визначаючи суть соціальної взаємодії, В. Ільганаєва вважає, що вона служить для «встановлення контактів, спілкування, комунікації в процесах наслідування знань, цілеспрямованої передачі емоцій, почуттів, настрою, інформації» [11, с. 5–44].

Автор вважає генетичну комунікацію «однією з базових природних форм взаємодії». Але в типологічному плані В. Ільганаєва пропонує диференціювати комунікацію на природну й соціальну та вважає, що «універсальність комунікації припускає її існування в живій і неживій природі» [11, с. 5–44].

На думку В. Ільганаєвої, соціальна комунікація (СК) – «не може бути цілком однаково описана або представлена через модель генетичної (природної) комунікації». Дослідниця акцентує увагу на тому, що в соціальній комунікації «більш свідомо відбувається або має відбуватися процес соціального наслідування, опосередкованого розумовою діяльністю людини,

усвідомленням того, що відбувається, корегуванням і спрямованістю дій відповідно до цілей і цінностей буття людини та її соціальності» [11, с. 5–44].

В. Ільганаєва, посилаючись на думки В. Навроцького, стверджує, що соціальна комунікація є типом «соціальної цілеспрямованої взаємодії». При цьому соціальна комунікація В. Навроцьким «розуміється як когнітивний процес, на який накладаються певні нормативні обмеження, що зумовлені біосоціальною природою суб'єктів, які знаходяться в процесі комунікації та в межах соціальних простору й часу, що дані суб'єктам у сприйнятті соціальної реальності в процесі її створення та відтворення». В. Ільганаєва впевнена, що «соціальна комунікація, із моменту свого відокремлення як цілісного об'єкта, визначається через комунікативну взаємодію, акт або дію» [11, с. 5–44].

Дослідниця вважає, що соціальна комунікація починалася з процесу «виголошення усвідомлених звукосполучень – слова, а ще раніше сформованої ідеї, думки стосовно позиціювання людини у Всесвіті через означення цього Всесвіту й самої людини (як *Homo Sapiens*)». Продовженням соціальної комунікації в історії її розвитку, на думку В. Ільганаєвої, слід вважати виникнення писемності, друку, «формування документальних потоків, що відбивають буття людини (соціальне, групове, особисте)» [11, с. 5–44].

Аналізуючи думки М. М. Азарнова, І. С. Бусигіна й О. М. Дегтярева, які були висловлені дослідниками в розділі «Сучасні трактування соціальної комунікації й інтерактивний підхід до її вивчення» (рос. мовою) колективної монографії «Соціальна комунікація в сучасному світі» (рос. мовою, 2004), В. Ільганаєва констатує: «соціальну комунікацію слід розглядати як різновид соціальної взаємодії, що здійснюється за допомогою певних знакових систем, що виступають засобами необхідного зв'язку». На думку дослідниці, етапи розвитку соціальної комунікації як феномену ґрунтуються на розвитку комунікації як «образу, жесту, усної та писемної мови, писемності та

документів, зокрема книги як багатопрофільного, багатофункціонального документу, спеціальних документів, структурованої інформації та знання» [11, с. 5–44].

В. Ільганаєва констатує, що соціальна комунікація забезпечує «в будь-якій формі фіксацію, зібрання, обробку, збереження, розповсюдження, використання, споживання інформації як продукту духовної практики людства». Соціальні комунікації, на думку дослідниці, є процесами й структурами, «протікання та діяльність яких опосередковуються знаковими системами й формами, що містять смисл у межах соціального просторово-часового континууму» [11, с. 5–44]. У соціальних комунікацій є визначена мета, зміст, засоби й канали, система соціально-комунікаційних технологій, аудиторія, результати, зворотний зв'язок. Кожна з названих процесуально-понятійних категорій, перелічених В. Ільганаєвою, тлумачиться окремо.

Мета соціальних комунікацій розуміється як те, що «реалізується через функціонально-рольову поведінку суб'єкта, котрий передає соціальну дію» [11, с. 5–44].

Зміст соціальних комунікацій, на думку В. Ільганаєвої, полягає в соціальній інформації і знанні.

Засоби й канали відповідають «рівню соціально-комунікаційних технологій».

Аудиторія, на думку В. Ільганаєвої, це «реально існуюча або штучно створена, така, що має певні інформаційно-когнітивні, об'єктивні потреби, або суб'єктивні й ті, що спеціально формуються, впливають на мету соціальних комунікацій» [11, с. 5–44].

Результат дії соціальних комунікацій дослідниця вбачає в «певних станах аудиторії, що мають вираження в її діях, поведінці, оцінках».

На думку В. Ільганаєвої, зворотний зв'язок слід пояснювати як «зв'язок суб'єктів соціально-комунікаційної взаємодії й об'єктів соціально-комунікаційної дії». Такий зв'язок виражається корегуванням «елементів соціальних комунікацій через досягнення цілей, рівня розуміння й сприйняття інформації та знань, моніторингу станів соціальної діяльності, середовища життєдіяльності суспільства» [11, с. 5–44].

В. Ільганаєва розмежовує значення термінів «соціальна комунікація» й «соціальні комунікації». У значення першого терміну автор вкладає такий смисл: «феномен і форма соціальної взаємодії». Другий термін означає сукупність медіальних проявів соціальної комунікації, яка проявляє себе не лише як «функція забезпечення суспільної взаємодії, але і як соціальна діяльність, згідно з культуруотворюючими факторами» [11, с. 5–44].

Дослідниця вважає, що соціально-комунікаційна ідея, що зародилася в середині ХХ ст., поступово розгортається в нову парадигму наукових досліджень й інституалізується. Серед праць, ідеї яких стали підґрунтям для згаданої нової парадигми В. Ільганаєва називає конкретні напрями й їхніх апологетів.

Перший напрям, *інформаційно-технологічного спрямування* (Д. Белл, І. Масуда, М. МакЛуен, Н. Постман, Г. Стоуньєр).

Другий напрям, *функціонально-системних аспектів комунікації* (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Е. Дюркгейм, Р. Мертон, Т. Парсонс).

Третій напрям, *«комплексний соціокультурний аналіз комунікаційної взаємодії в суспільстві* А. Гідденс, Г. Лассвел, Н. Луман, М. Маклюєн, Ю. Хабермас, М.М. Бахтин, Ю. Лотман, А. В. Соколов» [11, с. 5–44].

У вітчизняній науці, на думку дослідниці, долучилися до вивчення соціально-комунікаційних феноменів І. Давидова, В. Ільганаєва, О. Зернецька, С. Квіт, Б. Потятиник, Г. Почепцов, В. Різун, О. Холод, Г. Шемаєва та інші науковці.

За результатами таких досліджень, як вважає В. Ільганаєва, «із соціально-філософського аналізу суспільних процесів виходять певні методологічні установки до наукового вивчення комунікаційних явищ в межах наукового напрямку – соціальні комунікації» [11, с. 5–44].

В. Ільганаєва вважає, що активно «підхопила» комунікаційну тематику соціологія й «значно вплинула на формування теорії соціальних комунікацій». Автор зауважує про те, що в західній соціології поняття «комунікація» й «соціальна комунікація» ототожнюються й «визначаються як спілкування та обмін інформацією в суспільстві» [11, с. 5–44], на що вказують дослідники В. Ільганаєва, С. Квіт, Б. Потятиник, В. Різун, А. Соколов, О. Холод тощо.

В. Ільганаєва, разом із М. Азарновим, І. Бусигіним й О. Дегтяревим, відзначає, що вивчення соціальних комунікацій має міждисциплінарне підґрунтя, що є «відображенням поступового розгортання змісту (призначення) сутнісних рис об'єкту, що набувають системності на певному рівні свого розвитку, маючи завершеними де більше етапів своєї еволюції від виникнення, становлення, функціонування, розвиток та трансформацію». Такий процес передбачає поетапне розгортання ідей, «функцій і структур», «форм і засобів, каналів, технологій і знаряддя праці» [11, с. 5–44].

На переконання В. Ільганаєвої, теорія соціальних комунікацій поступово, починаючи від середини ХХ ст., «відривається від підсистемного характеру й предметного розгортання соціальнокомунікаційних феноменів» [11, с. 5–44]. Соціальні комунікації починають набувати ознаки самостійної теорії, відпочковуючись від таких наукових галузей та комплексів знань, як:

соціологія соціальних комунікацій, документально-інформаційні дисципліни, лінгво-психологічний, психо- і соціолінгвістичний, культурно-філософський комплекси. Тепер, на початку XXI ст. соціальні комунікації, декларує В. Ільганаєва, перетворюються на «інтеграційні, загальносистемні напрями, що пов'язані з розгортанням сутнісних функцій соціальних комунікацій; документалізацією інформації та знань, їх актуалізацією в системі суспільних відносин й медіацією в єдиному просторі та часі» [11, с. 5–44].

Аналізуючи структуру комунікаційного знання, В. Ільганаєва посилається на праці А. Соколова, і стверджує, що вона (структура) містить три рівні (див. рис. 14), а саме:

- «на першому місті – загальну теорію комунікації;
- на другому – загальну теорію біокомунікації та загальну теорію соціальної комунікації;
- на третьому рівні – теорії видових і міжвидових комунікацій та часткові теорії соціальних комунікацій» [11, с. 5–44].

В. Ільганаєва декларує, що «методологічно важливим стало підтвердження необхідності розрізнення комунікації як функції й комунікації як суспільної діяльності» [11, с. 5–44]. На базі такої розгалуженості стала можливою подальша інтеграція й синергетика результатів досліджень, що здійснювалися в межах філософії, психології, лінгвістики, інформатики, соціології, бібліотекознавства, журналістики, архівознавства, документознавства, політології, педагогіки та тих інших галузей і систем знань, які пов'язані «з комунікаційною діяльністю, або зі сферами, що реалізують комунікативну функцію». Дослідниця висловлює співчуття з приводу того, що нині відсутні «надсистемні зв'язки теорії комунікації з теорією більш високого рівня» [11, с. 5–44].

Сьогодні вже сформовані різні «концептуальні підходи до феномену соціальних комунікацій, що зумовлені специфікою конкретно-історичних умов та предметно-об'єктних орієнтацій досліджень» [11, с. 5–44]. Тому що комунікаційні сутності проявляються в різних типо-родо-видових зв'язках, які мають своє історичне традиційне підґрунтя, соціальні комунікації ще не сформовано в єдину струнку теорію. Слід також врахувати, на думку В. Ільганаєвої, яка спирається на ідеї Г. Доброва й А. Баскакова, що «теоретизація у сфері соціальних комунікацій відбувається за певними правилами й схемами, що перевіренні практикою становлення наук, наукових галузей, утворенням певних організаційно-управлінських та інтелектуальних технологій, що досліджені та зафіксовані наукознавством» [11, с. 5–44].

Із гносеологічної точки зору, стверджує В. Ільганаєва, будь-яка методологія повинна визначити об'єкт дослідження. Відносно до вивчення соціальної комунікації таке визначення об'єкту вже відбулося в межах соціології й соціальної філософії, бібліотекознавства, безпосередньо – теорії соціальної комунікації. У своїй монографії «Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку» (1996) В. Ільганаєва висловила думку про те, що історико-генетичний, еволюційний аналіз соціально-комунікаційної діяльності, здійснений нею, може вважатися наближенням «до розуміння об'єкту теорії соціальних комунікацій» [10].

В. Ільганаєва диференціює зв'язки соціальної комунікації на родові й видові. Дослідниця повідомляє: «У родових зв'язках комунікація пов'язується зі здійсненням комунікаційної взаємодії, у видовому плані розподіляється за змістом виконання функцій у системі суспільної взаємодії» [10]. Виходячи з такої диференціації, В. Ільганаєва згадує про категоризацію та класифікацію соціальної комунікації й пропонує врахувати те, що вона:

а) «характеризує найважливіший засіб реалізації соціальних зв'язків між людьми»;

б) «фіксує умову й універсальний соціально-психологічний механізм взаємодії соціальних суб'єктів, ступінь ефективності якого виявляє себе на всіх рівнях соціокультурного устрою суспільства»;

в) «означає особливий вид мотивованої й цілеспрямованої активності, що скерована на обмін ідеями, знаннями й досвідом, уявленнями й емоціями, нормативно-ціннісними зразками діяльності й поведінки, що пронизують, відповідно, всі аспекти життя людей» [10].

У своєму становленні теорія соціальних комунікацій, як вважає В. Ільганаєва, «пережила» декілька етапів.

Перший етап, описовий, на якому відслідковується «збір фактів, їх систематизація, формування понятійно-категоріального апарату, диференціація наукових напрямів».

Другий етап, логіко-аналітичний, коли фахівці здійснювали багатоаспектне «предметне вивчення об'єкту пізнання», встановлювали «його якісні, сутнісні ознаки».

Третій етап, що відбувається сьогодні, як зазначила 2009 року В. Ільганаєва в праці «Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації», відзначений теоретичним синтезом, виходом «на метатеоретичний рівень вивчення науки», про що писав А. Соколов у праці «Метатеория социальной коммуникации» (рос. мовою) (2001) [26]. На думку В. Ільганаєвої, на третьому етапі «формуються якісні уявлення про сутність об'єкту, розширюється сфера фундаментальних аспектів соціальнокомунікаційних досліджень та їхній вплив на прийняття управлінських рішень, стратегією науки, що спирається на загальні для сфери соціальних комунікацій закономірності та закони» [9].

В. Ільганаєва вважає, що на третьому етапі теорія соціальних комунікацій відображає соціальні реальності й «виявляє, уточнює, формулює нові закони та закономірності, досягаючи максимального наближення до свого об'єкту» [9]. Саме на третьому етапі впізнаються ознаки становлення теорії соціальних комунікацій. До згаданих ознак В. Ільганаєва відносить такі:

- об'єкт («соціально-комунікаційна діяльність, що досягла інституціонального рівня й надає специфічну та цілісну систему»);
- «методи дослідження»;
- «методологічний базис»;
- «цілі»;
- «понятійно-категоріальний апарат»;
- «систему стійких міждисциплінарних та міжнаукових зв'язків; професійний друк та систему підготовки кадрів» [9].

На думку В. Ільганаєвої, соціальна комунікація – «це цілеспрямований обмін інформацією; позиціонування в середовищах життєдіяльності людини, організація простору цілей – комунікаційного простору всесвіту» [9].

Дослідниця пропонує вважати предметом теорії соціальних комунікацій «універсальні закономірності комунікаційної взаємодії в соціальному просторі та часі», а саме:

- «існування комунікаційної цілі»;
- «посилення інтелектуальності й духовності суб'єктів комунікаційної взаємодії»;

«циклічність розвитку від низьких форм комунікації взаємодії до вищих (опосередкованих знаковими системами обмежених соціальним часом й простором до неопосередкованого духовно-субстанціонального в безмежному просторі буття)» [9].

В. Ільганаєва вважає, що соціальна комунікація може вважатися соціальним інститутом, тому що вона, соціальна комунікація, єдина система, що презентована в соціальній практиці «під впливом перетворюючої сутності людини». Оскільки соціальна комунікація є «механізмом налагодження», її можна розглядати як метафункцію соціальнокомунікаційної діяльності *першого рівня*.

На *другому рівні* соціальнокомунікаційної діяльності, на думку В. Ільганаєвої, соціальна комунікація повинна розглядатися як «тип взаємодії, що спрямований на підтримку консенсусу та досягнення взаєморозуміння в суспільстві». Така взаємодія – «ефект, що забезпечує гармонічні відносини за всіма векторами й рівнями соціальної взаємодії, стійкий стан у триаді Природа – Суспільство – Людина» [9].

На *третьому рівні* соціальнокомунікаційної діяльності, впевнена В. Ільганаєва, відбувається «створення гармонійного культурно-цивілізаційного простору, правильно організованого зв'язку та взаємодії» [9].

Дослідниця вводить поняття «глобальні соціально-комунікаційні цикли», під якими розуміє «еволюційні цикли суспільної взаємодії, що опосередковані головним засобом комунікації в соціальному просторі й часі (звук, знак, символ, слово, друк, інформаційні системи, медіа-системи)» [9]. Умовно В. Ільганаєва пропонує розподілити цивілізацію на чотири згадані цикли, а саме:

1-й цикл – «протокогнітивний (сигнально-поведінковий)»;

2-й цикл – «протодокументальний»;

3-й цикл – «документальний»;

4-й цикл – «інформаційний» [9].

На *одному рівні* із запропонованими чотирма циклами соціальнокомунікаційної діяльності В. Ільганаєва вбачає можливим існування мегациклу. Початок мегациклу автор числить «із моменту генезису соціальних

комунікацій». Завершення – у процесі визначення «трансформаційних ознак у сучасних соціальних комунікаціях, пов'язаних із когнітивним насиченням» й «переходом до іншого – ноосферного» циклу. Саме в ноосфері, на думку В. Ільганаєвої, відкриваються новий предмет комунікації – «мультисенсорний сигнал» [9].

Провідну роль, як вважає дослідниця, у глобальному циклі соціальних комунікацій відіграє документалізація. Остання містить «процеси номінації, атрибуції, реєстрації, фіксації інформації, її генерування, збирання, збереження, розповсюдження». Слід відзначити особливо той факт, що «документалізація в глобальному соціальнокомунікаційному циклі створює умови формування документальної пам'яті людства й закладає можливість довгострокового збереження інформації в соціальнокомунікаційних каналах» [9].

Повідомляючи про функціональне значення соціальних комунікацій, В. Ільганаєва пропонує їх вбачати в п'яти позиціях.

Перша позиція: «створення єдиної методологічної бази вивчення феноменів інформації й знання як предметів СК-праці, способів соціальної взаємодії, а також їх впливу на стан соціальних об'єктів і людини».

Друга позиція: «вивчення інформаційно-комунікаційної технології як основи інформаційної економіки, упорядкування соціально-інформаційних потоків, способів формування людини».

Третя позиція: «дослідження інформаційних середовищ, їх ознак, специфічних загроз як частини природного простору життєдіяльності людини».

Четверта позиція: «розробка заходів протидії й захисту від інформаційних загроз, формування концептів, моделей поведінки й управління інформаційними середовищами, а також їх окремими складовими».

П'ята позиція: «обґрунтування найбільш адекватних культурних ситуацій й ефективних засобів досягнення взаєморозуміння між суб'єктами комунікації в суспільстві» [9].

В. Ільганаєва вважає, що сьогодні сфера соціальних комунікацій представлена в таких видах людської діяльності:

- 1) в організаційно-функціональних структурах;
- 2) організації та управлінні;
- 3) технологіях;
- 4) теорії та методиці;
- 5) міжнауковій методології.

Гносеологічне бачення вивчення соціальних комунікацій, на думку В. Ільганаєвої, сьогодні реалізується в чотирьох концепціях (технократичній, інтеракційній, лінгвістичній, маскомунікаційній) та в їхніх «різновидах, симбіозі й комплексах». Дослідниця впевнена в тому, що «домінуючою установкою методології вивчення феномену комунікації, зокрема соціальної комунікації, стає трансгресивність, що зумовлює появу нових наукових концепцій соціальних комунікацій, що базується на універсальних закономірностях життя/існування/буття біосоціальних систем у просторі Всесвіту» [9].

В. Ільганаєва стверджує, що теорія соціальних комунікацій має статус теорії середнього рівня, оскільки на підсистемному рівні соціальні комунікації сьогодні є сукупністю «теорій, які вивчають різні аспекти комунікації в природі й суспільстві» [9]. Середній рівень згаданої теорії автор пояснює тим, що теорія соціальних комунікацій є організаційно-діяльнісною за своїм характером. Разом із тим, зауважує дослідниця, теорія соціальних комунікацій є метатеорією, що пов'язує її з надсистемним рівнем, який «формується в нових умовах здійснення суспільної діяльності, пізнання та взаємодії» [9].

На думку В. Ільганаєвої, теорія соціальних комунікацій має генералізаційну тенденцію, яка концентрується на трьох напрямках досліджень.

Автор називає першим *«напря́м комунікаційних середовищ»*, на якому вивчаються «організаційні, методологічні, технологічні, функціональні, змістовні, управлінські... аспекти соціальних комунікацій певних наук підсистемного рівня в системі комунікаційного знання» [9]. До таких наук В. Ільганаєва віднесла «бібліотечно-інформаційні науки, соціологію комунікацій, журналістику, архівознавство, музеєзнавство, документознавство, лінгвістику, інформатику, теорію інформаційних систем, когнітологію, психологію, соціологію інформатики тощо» [9].

Другим дослідниця назвала *«напря́м комунікаційного простору»*, який дозволяє вивчати «комунікаційні процеси й рух, циркуляцію інформаційно-когнітивних потоків, їхній вплив на життя суспільства, масштаб й особливості трансляції, вживання й використання, управління» [9].

На третьому напрямі, який має назву *«сми́слонасиченості й культуроспрямованості комунікаційної взаємодії»*, відбуваються дослідження «концентрації культурних естафет, еко- й гуманоцентричності концепто-структурованої соціальної взаємодії» [9].

Соціальні комунікації мають найвищий рівень власного розвитку, де вони перетворюються «в розвинену систему соціальної взаємодії, що завершує цикл оформлення простору зв'язків (спілкування) й простору цілей (комунікація) в тріаді «Діяльність – Мислення – Свідомість» у просторі Буття людини» [9].

IV. Висновки

Виходячи з думок В. Ільганаєвої [6–11; 27–30; 42], цитованих й аналізованих нами в дослідженні, пропонуємо розгалужувати формування теорій розвитку соціальних комунікацій як процесу на:

- 1) диференційний підхід,

2) синтетичний підхід.

До диференційного підходу ми пропонуємо віднести ті чотири концепції, які згадувала В. Ільганаєва, а саме:

- технократична концепція,
- інтеракційна,
- лінгвістична,
- маскомунікаційна.

До синтетичного підходу слід віднести систематизоване об'єднання згаданих концепцій у їхніх «різновидах, симбіозі й комплексах» [9].

Слід врахувати, що результатом аналізу з позицій синтетичного підходу до розвитку соціальних комунікацій як явища сьогодні стає «трансгресивний» підхід (у термінології В. Ільганаєвої [9]), який «базується на універсальних закономірностях життя/існування/буття біосоціальних систем у просторі» [9].

У перспективі подальшого дослідження ми плануємо вивчити корелятивний зв'язок між, з одного боку, трансгресивною теорією соціальних комунікацій (автор – Валентина Ільганаєва) і, з другого боку, метатеорії соціальних комунікації (автор – Аркадій Соколов).

Список використаної літератури

1. Баскаков А. Я. Методология научного исследования: учеб. пос. / А. Я. Баскаков, Н. В. Туленков. — К.: МАУП, 2002. — 216 с.
2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / В. Беньямин. — М.: Медиум, 1966.
3. Винер Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине [пер. с англ. И. В. Соловьева и Г. Н. Поварова; под ред. Г. Н. Поварова]. — 2-е изд. — М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. — 344 с.

4. Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс: монографія [наук. ред. Л. А. Дубровіна] ; НАНУ ; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського — К.: НВЦ Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського, 2010. — 360 с.
5. Добров Г. М. Наука о науке / Г. М. Добров; изд. 3-е; доп. и перераб. [отв. ред. Н. В. Новиков]. — К.: Наук. думка, 1989. — 304 с.
6. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — КП: «Городская типография», 2009. — 392 с.
7. Ильганаева В. А. Влияние информатизации на культурогенез современного общества / В. А. Ильганаева // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2004. — №1. — С. 58–62.
8. Ильганаева В. А. Социально-культурная динамика в социальной истории: трансформационные основания и тенденции / В. А. Ильганаева // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2012. — №5. — С. 30–36.
9. Ильганаева В. Социальная коммуникация как объект теоретизации / В. Ильганаева // Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — №1. — С. 60–67.
10. Ильганаева В. Библиотечная освіта: новая парадигма розвитку / В. Ильганаева. — К.: Ред. журн. «Бібліот. вісник», 1996. — 253 с.
11. Ильганаева В. О. Теория социальных коммуникаций на шляху фундаменталізації медіа-знання / В. Ильганаева // Соціальні комунікації: результати досліджень–2013 : кол. монографія. — У 3-х т. — Т. 1 : Теорія та історія соціальних комунікацій [наук. ред. О. М. Холод]. — К.: КНУКіМ, 2014. — С. 5–44.

- 12.Квіт С. М. Масові комунікації / С. М. Квіт. — К.: Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2006. — 251 с.
- 13.Конечкая В. П. Социология коммуникации : учебник / В. П. Конечкая. — М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997. — 304 с.
- 14.Луман Н. Невероятные коммуникации / Н. Луман // Проблемы теоретической социологии. Вып. 3. — СПб., 2000.
- 15.Навроцький В. В. Логіка соціальної взаємодії : монографія / В. В. Навроцький. — Х. : Консум, 2005. — 203 с.
- 16.Основы теории коммуникации: учеб. [под ред. проф. М. А. Василика]. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.
- 17.Подгурецкий Ю. Личностные детерминанты социальной коммуникации / Ю. Подгурецкий. — М.: Издательский центр «ФЕД+», 1999. — 170 с.
- 18.Почепцов Г. Социокommunikации и социосистемы [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. — Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (дата звернення: 8.06.2016). — Назва з екрану.
- 19.Прикладные аспекты использования теории деятельности и коммуникации в сфере образования / В. Ильганаева, Х. Эльбесхаузен // Соціальні комунікації: результати досліджень–2014: кол. монографія [за ред. О. М. Холода]. — К. : КиМУ, 2014 . — С. 7–59.
- 20.Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація” / В. В. Різун. — К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008. — 260 с.
- 21.Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різун] / Інститут журналістики: [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2011. — Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 2.03.2016). — Назва з екрану.

22. Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії) / В. Різун // Комунікація. — № 2. — 2012. — С. 8–18.
23. Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / В. В. Різун // Комунікація. — № 1. — 2010. — С. 27–37.
24. Современные трактовки социальной коммуникации и интегративный подход к ее изучению // Социальная коммуникация в современном мире : кол. монографія / Н. Н. Азарнов, И. С. Бусыгин, А. Н. Дегтярев и др.; [под. общ. ред. А. А. Деркача]. — М. : Альтекс, 2004. — С. 30–45.
25. Соколов А. В. Введение в теорию социальной коммуникации: учеб. пособ. / А. В. Соколов. — СПб., 1996. — 319 с.
26. Соколов А. В. Метатеория социальной коммуникации / А. В. Соколов. — СПб., 2001. — 342 с.
27. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — Х. : КП «Городская типография», 2009. — 392 с.
28. Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації / В. Ильганаева // Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — №1. — С. 60–67.
29. Теоретико-методологічний синтез соціально-комунікаційного знання / В. Ильганаева // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — № 2. — С. 96–101.
30. Теорія соціальних комунікацій на шляху фундаменталізації медіа-знання / В. Ильганаева // Соціальні комунікації: результати досліджень–2013: кол. монографія [за ред. О. М. Холода]. — К. : КиМУ, 2014. — С. 5–43.
31. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. — СПб., 2000.

32. Холод О. М. Соціальна комунікація як текстова діяльність у концепції Тамари Дрідзе / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика: наук. журн. [наук. і літ. ред. Г. Я. Холод; наук. ред. О. М. Холод]. — Т. 3. — К., 2016. — С. 87–92.
33. Холод О. М. Ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена як концептуальне підґрунтя трансформації теорії соціальних комунікацій / О. М. Холод // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. — 2016. — № 1(25). — С. 31–38.
34. Холод О. М. Сучасні теорії та тенденції розвитку соціальних комунікацій: курс лекцій. — У 2-х т. — Т. 1 / О. М. Холод. — К.: КНУКіМ, Українська асоціація психолінгвістів, 2016. — 214 с.
35. Холод О. М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика: наук. журн. [наук. ред. Г. Я. Холод та О. М. Холод]. — Т. 1. — К.: МЦД «Комтека», 2015. — С. 5–14.
36. Холод О. М. Тенденції розвитку наукової галузі "Соціальні комунікації" [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Academia.edu. — San Francisco, CA, USA. — Режим доступу: https://www.academia.edu/15281389/Тенденції_розвитку_наукової_галузі_Соціальні_комунікації_ (дата звернення: 17.09.15). — Назва з екрану.
37. Холод О. М. Соціальний інжиніринг і соціальні комунікації: порівняльний аналіз / О. М. Холод // Український інформаційний простір : наук. журнал [гол. ред. М. С. Тимошик]. — Число 3. — К.: КНУКіМ, 2014. — С. 202–208.
38. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій : навч. посіб. / О. М. Холод. — К. : КиМУ, 2013. — 294 с.

39. Холод О. М. Методологія нооцентризму в межах соціальних комунікацій / Холод О.М. // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. — № 4. — 2010. — С. 25–29.
40. Холод О. М. Структура і види соціальних комунікацій // Держава та регіони : науково-виробничий журнал [гол. ред. ради В. Л. Корінев]. Сер. Соціальні комунікації [гол. ред. О. В. Богуславський]. — № 3. — 2010. — С. 32–36.
41. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз: навч. посіб. — 2-ге вид., доп. і перероб. — Львів: ПАІС, 2011. — 288 с.
42. Хрестоматия по социальным коммуникациям : учеб. пособ. / Харьк. гос. акад. культуры; сост и автор вступит. очерков д-р ист. наук В. А. Ильганаева. — Х.: ХГАК, 2002. — 236 с.

Розділ 1.3.

**СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ
ЯК ІНТЕРДИСЦИПЛІНАРНА ОБЛАСТЬ:
ПОГЛЯДИ ЮЗЕФА ПОДГУРЕЦЬКИ**

Проблемою дослідження, з одного боку, є відсутність аналізу психологічної позиції в поглядах Ю. Подгурецьки на соціальні комунікації. З іншого боку, сама позиція педагога за фахом Ю. Подгурецьки, хоча й ґрунтується на психологічних засадах, декларується автором як інтердисциплінарна область. Іншими словами, проблемою ми вважаємо кінець знання про те, як слід тлумачити соціальні комунікації (соціальну комунікацію, за Ю. Подгурецьки): чи з позиції досягнень лише психологічної науки, чи з позиції соціальних комунікацій як інтердисциплінарної області.

Згадану проблему вивчали дослідники В. Горовий [1], Т. Дрідзе [2–3], В. Ільганаєва [4–6; 16], О. Курбан [7–8], Г. Почепцов [10, с. 19–26; 11], В. Різун [12–13], А. Соколов [14; 15, с. 450], О. Холод [18; 19, с. 213–222; 20;], Ф. Шарков [21, с. 52–61], Н. Яблоновська [22, с. 185–187] та інші.

Із згаданих дослідників лише О. Холод аналізував окремі положення психологічного підходу Ю. Подгурецьки до соціальних комунікацій, але О. Холод не розглядав соціальну комунікацію як інтердисциплінарну область. Таку спробу здійснив ще в 2002 році А. Соколов (без урахування ідей Ю. Подгурецьки). А. Соколов стверджував, що «існування різних дисциплін, що включають у свій предмет ті або інші комунікаційні проблеми, – факт безперечний». І одночасно зауважував: «Проте ці дисципліни відірвані одна від однієї і їхні лідери не усвідомлюють спільність об'єкту, що вивчається ними, а саме – соціальної комунікації». Ключовим формулюванням аналізованої нами

проблеми вважаємо питання А. Соколова, а саме – «Чи можливе встановлення науково-інтеграційних зв'язків між ними, які перетворять суму знань у системне знання?». Автор відповідає: «Питання залишається відкритим», і робить очевидний висновок про те, що «без формування узагальнювальної метатеорії таке перетворення неможливе» [14, с. 450].

Про необхідність аналізу соціальних комунікацій із позиції трансгресивної теорії писала В. Ільганаєва [4, с. 60–67; 6, с. 5–44], що детально проаналізував О. Холод [20].

Як повідомляє О. Холод, «в основу концепції соціальних комунікацій (соціальні комунікації як складник теорії комунікації) В. Ільганаєва кладе буття людини». Таке буття «базується, за В. Ільганаєвою, на суспільстві як комунікаційній єдності. Останнє спирається на культурогенез і цивілізаційний розвиток людства та комунікаційну діяльність людини в суспільстві» [20].

На думку В. Ільганаєвої, «структуру комунікаційного знання складають три рівні»:

- 1 рівень – загальна теорія комунікації,
- 2 рівень – загальна теорія біологічної комунікації та загальна теорія соціальної комунікації,
- 3 рівень – теорія видових і міжвидових комунікацій та окремі комунікативні теорії [16].

О. Холод зауважує, що, за словами В. Ільганаєвої, «не існує чіткої теорії соціальної комунікації. Також відсутня й теорія видових і міжвидових комунікацій. Розпорошені знання окремих комунікативних теорій» [20].

Оскільки, на думку Т. Дрідзе, характер соціокультурної комунікації є знаковим і не обмежується лише обміном інформацією» [3], теорія соціальної комунікації повинна спиратися ще й на семіотику та враховувати

культурогенезу. Іншими словами, Т. Дрідзе також констатує необхідність синтетичної теорії соціальної комунікації.

Про те, що «соціальна комунікація є об'єктом багатьох наук – і гуманітарних, і точних» ще в 2009 році повідомляв О. Курбан [7, с. 64–66]. Автор навіть називав коло таких наук: із гуманітарних – «герменевтика, лінгвістика, логіка, психологія, соціологія, філософія, естетика». Важливим, на наш погляд, є висновок О. Курбана про те, що «кожна наука виокремлює з комунікації як об'єкта дослідження свій предмет дослідження» [7, с. 64–66]. Отже, авторське зауваження підтверджує нашу думку про те, що соціальні комунікації слід розглядати як багатостороннє явище й вивчати соціальні комунікації слід як інтердисциплінарну область.

Поняття «соціальні комунікації» Г. Почепцов вважає «об'єднуючим поняттям для всіх комунікацій соціосистеми – приватних і публічних» і додає: «Будь-яка комунікація сприяє соціалізації, оскільки збільшує область загальних знань і дій людей» [11]. Отже, соціальні комунікації як об'єднуюче поняття для всіх видів комунікації в соціальній системі відіграють роль стрижня останньої. Робимо висновок про те, що соціальні комунікації є багатоаспектною областю, площиною, які можливо об'єктивно вивчати лише з урахуванням результатів дослідження багатьох сучасних наук. Варто, на нашу думку, зазначити, що соціальні комунікації є інструментом для соціосистеми. Звідси: соціальні комунікації – трансгресивні, мультифункціональні, полігранні.

Думку попередників і сучасників (як і нашу думку) підтверджують слова В. Різуна, який вважає, що «Україна пішла по шляху виділення окремої наукової галузі («Соціальні комунікації») і створення метатеорії на основі знань інших наук» [12]. Саме тому В. Різун вважає, що комунікація як явище є самодостатнім об'єктом дослідження. Виділення такого об'єкту дослідження відбулося завдяки різним наукам. І саме тому, на переконання В. Різуна, досі

відбувається «непорозуміння серед науковців». Разом із твердженням дослідника про відносну самостійність наукової галузі «Соціальні комунікації», необхідно пам'ятати про те, що «де-факто ця наука залишиться... залежною від поняттєво-категоріального апарату соціології, психології, філології, філософії тощо» [12]. Таким чином, ми знову переконуємося в тому, що соціальні комунікації, по-перше, слід визнати як багатосторонній процес, по-друге, вивчати такий процес слід з позицій соціальної інженерії.

На думку В. Різуна, для вивчення соціальних комунікацій може бути актуальним соціальнокомунікаційний підхід. Автор вбачає суть методологічного підходу до вивчення соціальних комунікацій у «фіксації, моніторингу, описі, аналізі й інтерпретації даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу» [13].

Виходячи з викладеної стисло проблематики вивчення явища соціальних комунікацій, ключових позицій такої проблематики й пошуку дослідниками шляхів характеристизації соціальних комунікацій як інтердисциплінарних, трансгресивних, мультигранних, ми виокремили *нерозв'язані раніше частини загальної проблеми*, яким присвячено статтю. До таких відносимо:

1) дотепер дослідниками не встановлено роль, з одного боку, психологічної, з іншого боку, інтердисциплінарної теорії Ю. Подгурецьки в процесі формування загального уявлення про соціальні комунікації;

2) не вивченим ще є те, який сегмент загальної теорії соціальних комунікації, що формується в останні 40–50 років у світовій науці, належить поглядам Юзефа Подгурецьки.

Метою нашого дослідження було обрано визначення ролі й місця теоретичних поглядів Юзефа Подгурецьки в загальній теорії соціальних комунікацій.

Методологія дослідження

Досягнення поставленої мети передбачало звернення до загальних, загальнонаукових та наукових (емпіричних і теоретичних) методів.

Серед загальних методів нами був обраний *діалектичний метод*, який допоміг нам базувати все подальше теоретичне дослідження на принципах діалектики про матеріалістичний монізм, єдність діалектики буття й діалектики мислення, загальний зв'язок і загальний розвиток явищ у світі.

У дослідженні ми послуговувалися також і загальнонауковими методами аналізу, синтезу, абстрагування, узагальнення, індукція й дедукція, аналогія й класифікація.

Аналіз як метод допоміг нам розчленувати теорію Ю. Подгурецьки на її ключові складники, *методи синтезу* дозволив з'єднати виокремлені складники в положеннях теорії автора з позицій досліджуваного об'єкта і предмета вивчення. Залучення *методу абстрагування* потрібно було для відволікання від ряду тих властивостей, які на даному етапі вивчення могли бути не враховані. *Метод узагальнення* нам забезпечив встановлення загальних властивостей і ознак у тлумаченні Ю. Подгурецьки явища «соціальні комунікації». *Індуктивно-дедуктивний метод* став інструментом для виведення нами загальних положень, що спиралися на одиничні факти, та перевірку їх на виведенні одиничних фактів із загальних положень. Лише завдяки *аналогії як методу* ми встановили роль і місце положень теорії Ю. Подгурецьки по відношенню до соціальних комунікацій. *Метод класифікації* забезпечив нам об'єктивність здійснення дослідницької процедури розподілу положень Ю.

Подгурецьки про соціальні комунікації за тими їхніми ознаками, які викормив дослідник.

Із числа наукових (емпіричних) методів ми обрали *спостереження* як цілеспрямоване й організоване сприйняття теорії соціальної комунікації, запропонованої Ю. Подгурецьки. *Метод опису* дозволив зафіксувати результати нашого спостереження.

Серед наукових (теоретичних) методів нам допоміг здійснити дослідження аксіоматичний метод, який дозволив висунути положення, що не вимагає доведення. Таке положення дозволило нам вивести тези, які утворюють аксіоматичну теорію.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Польський дослідник Юзеф Подгурецьки працює завідувачем кафедри соціальної комунікації в Опольському університеті в Польщі. Він є фундатором у поглядах на соціальну комунікацію як на психологічний феномен.

Дослідник вважає, що соціальна комунікація є «інтердисциплінарною галуззю, яка використовує досягнення багатьох наук одночасно», оскільки роль конкретної дисципліни у суспільній діяльності (практиці) можна вивчати з двох позицій: по-перше, з точки зору суб'єкту – «у категоріях герменевтики, що охоплюють його мотиви, переконання, компетенції, інтерпретації тощо; по-друге, з точки зору його місця (функції) в соціальних структурах» [9].

Автор вважає, що соціальна комунікація повинна об'єднати означені дві точки зору. При цьому Ю. Подгурецьки наполягає на думці про те, що соціальна комунікація як субдисципліна є ланкою опосередкування між суспільними науками, до числа яких автор відносить педагогіку, психологію, соціологію, етику й філософію.

Специфічним для соціальної комунікації є те, що вона відкрила, на думку Ю. Подгурецьки, причинні механізми й структури, які слугують для опису поведінки особистості, яка знаходиться в ситуації вибору зразків поведінки, що можуть застосовуватися в конкретному соціальному світі. Однак, як вважає дослідник, самі по собі відкриті механізми її структури «не дають достатнього пояснення й не дозволяють повною мірою відмовитися від розмовної мови й замінити її мовою науковою». Автор повідомляє про те, що соціальна комунікація «ламає певною мірою не надто сильну обмеженість і провінційність побутового знання про людину» [9].

Ще 2006 року Ю. Подгурецьки записав: «Багато хто цікавиться проблемами соціальної комунікації» і тому «ця інтердисциплінарна субдисципліна переживає період бурхливого розвитку». Разом із тим, дослідник вважає, що «гуманітарні компетенції соціальної комунікації тепер дуже модні, можливо, навіть занадто модні, щоб це було їй корисним» [9]. Науковці (наприклад, Festinger L. A [23], Olszewska-Kondratowicz A. [26, s. 85–87]) на думку Ю. Подгурецьки, у своїх дослідженнях застосовують два основні виміри класифікації. Вони розглядають соціальну комунікацію як виміри 1) «по відношенню до себе» і як 2) «по відношенню до інших» [9].

Хоча на книжковому ринку з'явилося багато публікацій щодо аналізу проблем комунікації, на жаль, як вважає Ю. Подгурецьки, «донині відсутні праці, у яких було б представлено панораму проблематики соціальної комунікації ХХ століття» [9]. Саме тому дослідник, який виступає під час навчального процесу і як викладач, змушений робити для студентів огляд проблем, яким займається соціальна комунікація.

Ю. Подгурецьки впевнений, що «в прикладному плані соціальна комунікація пропонує практичне використання певного часткового знання в освітніх процесах». Виходячи із зазначеного, автор стверджує, що застосування

знань соціальної комунікації в педагогіці і дидактиці може бути «сигналом до створення моделі інтегрованої діяльності, у якій різні гуманітарні дисципліни у поєднанні із соціальними комунікаціями, зі своїми поняттями, твердженнями, теоріями і рішеннями створюють свій тезаурус» [9].

До визначальних факторів соціальної комунікації Ю. Подгурецьки відносить поняття «спілкування» і «комунікація». Автор розглядає комунікацію як передавання інформації та обмін інформацією. При цьому він констатує три умови, коли комунікація може характеризуватися з двох згаданих позицій:

- 1) комунікація є основою взаємодії;
- 2) під час комунікації здійснюється взаємний обмін інформацією, тобто комунікація має характер зворотного зв'язку;
- 3) процес комунікації є протяжним у часі.

У зв'язку з виділеними характеристиками Ю. Подгурецьки пропонує виокремити такі детермінанти соціальної комунікації: регулятивні функції свідомості; когнітивна рівновага; процеси асиміляції і контрасту; установки як елементи структури свідомості.

До регулятивних функцій свідомості Ю. Подгурецьки відносить детермінанти й цілі.

Свідомість Ю. Подгурецьки тлумачить як «явище, що саморегулюється». При цьому, на думку автора, «розвиток одного з елементів зумовлює розвиток цілого» [9]. Завдяки певних подразників можна впливати на певний стан свідомості. Усі психічні явища і процеси, вважає дослідник, взаємно детерміновані. Отже, слід передбачити, що певні елементи свідомості можуть виконувати більш вагому функцію у справі керування людською поведінкою.

Соціальною комунікацією керують цілі, на думку Ю. Подгурецьки. Автор виокремлює цілі зрозумілі й незрозумілі. Зрозумілими цілями слід називати, на думку дослідника, ті, які передбачають конкретні засоби досягнення.

Незрозумілі цілі не передбачають уявлення особистості про інструменти досягнення.

Цілі в галузі свідомості виконують «певні інтегративно-регулятивні функції», як вважає Ю. Подгурецьки.

До механізмів соціальної комунікації дослідник відносить і «когнітивну рівновагу», поняття, яке увів у науковий обіг Ф. Хайдер. Останній запропонував розрізняти три фундаментальні поняття, за допомогою яких можна демонструвати «природу функціонування свідомості як фактору регулювання людської поведінки». До таких понять Ф. Хайдер відносить:

- 1) когнітивну одиницю («певний об'єкт разом із супутніми рисами»);
- 2) когнітивну рівновагу (об'єкт позитивно оцінює власну діяльність і отримує позитивну оцінку такої діяльності від іншого об'єкту);
- 3) відсутність когнітивної рівноваги (об'єкт, якого раніше сприймали позитивно, поводить себе негідне) [27, с. 296].

Когнітивна рівновага підкоряється принципу несуперечності, який є важливим, на думку Ю. Подгурецьки, елементом структури свідомості, що регулює поведінку людей. Суть принципу несуперечності полягає в тому, що кожна людина, обмінюючись інформацією, буде її таким чином, щоб не порушувати загальноприйняту між людьми логіку викладу думок. Описаний принцип пов'язаний, як вважає Ю. Подгурецьки, з теорією когнітивного дисонансу, запропонованою 1957 року Леоном Фестингером [23]. Згідно з теорією когнітивного дисонансу в особистості виникає незадоволення власною поведінкою з таких причин:

- через логічну невідповідність;
- «з причини культурних звичаїв»;
- «якщо індивідуальна думка не входить до складу більш поширеної думки»;

– «через неспівпадіння колишнього досвіду відносно до теперішньої ситуації» [9].

Когнітивний дисонанс виникає через невідповідність двох когніцій (знань) індивіда. Коли індивід, маючи певну інформацію, змушений прийняти рішення і знехтувати наявною інформацією. У результаті виникає невідповідність (дисонанс) між установками людини та його вчинками.

Описуючи власну теорію когнітивного дисонансу, її автор Леон Фестингер висунув два передбачення.

1. «У разі виникнення дисонансу індивід буде всіма силами прагнути знизити ступінь невідповідності між двома своїми установками, намагаючись досягти консонансу (відповідності). Це відбувається внаслідок того, що дисонанс народжує «психологічний дискомфорт» [9].

2. Друга гіпотеза, підкреслює перший, і говорить про те, що, «прагнучи знизити дискомфорт, що виник, індивід буде намагатися обходити стороною такі ситуації, в яких дискомфорт може посилитися» [9].

Щодо соціальної комунікації описана стисло теорія повинна розглядатися як інструментарій до уникнення комунікаційного непорозуміння внаслідок виникнення когнітивного дисонансу.

До детермінант соціальної комунікації слід віднести, на думку Ю. Подгурецьки, й процеси асиміляції та контрасту. Аналізуючи процеси пізнання, дослідник робить спробу напрацювання «певних тактик комунікаційної поведінки», куди і включає асиміляції і контрасти.

Під *асиміляцією* Ю. Подгурецьки має умови, при яких засвоєння інформації відбувається швидше і краще: такою умовою є площина схвалення. Автор пояснює механізм асиміляції тим, що «інформація певним чином «вбудована» в мережу існуючої пізнавальної структури людини, яка сприймає таку інформацію». Цікавим тлумаченням дослідника є процес пересування у

свідомості точки відліку. «Якщо інформація носить негативний характер, ... точка відліку пересунеться у напрямку «мінус», а якщо інформація позитивна – у напрямку «плюс». Таке явище, зазначає Ю. Подгурецьки, означає, «що під впливом асимільованої інформації в свідомості людини змінюється положення точки відліку в даній площині оцінок» [9]. На жаль, механізм контрасту дослідник не описує.

Серед детермінант соціальної комунікації Ю. Подгурецьки виокремлює також й установку, вважаючи традиційно елементом свідомості. Автор вважає, що установки можуть бути об'єктом «усвідомлених рефлексій або можуть бути неусвідомленими». У практиці соціальної комунікації установки впливають не лише на спосіб сприйняття. Вони також регулюють те, що «називають вибірковістю чи селективністю спостережливості». Завдяки згаданому механізмові «у свідомість проникають ті змісти, які відповідають установкам індивіда». Цікавим є зауваження Ю. Подгурецьки щодо того, що люди «скоріше виучують і запам'ятовують тексти, які не вступають у протиріччя з їхніми установками» [9]. Дослідник наводить приклад: прибічники певних політичних течій пам'ятають дрібниці, які стосуються їхніх симпатиків. Навпаки, якщо інформація стосується політичних опонентів, вона запам'ятовується набагато гірше. Тому, вважає автор, ораторам, які готуються виступати перед своїми політичними опонентами, слід підбирати й подавати аргументи без зайвих формальних ускладнень. Інакше «повідомлення, що передається, буде заперечуватися за формальним приводом» [9].

Таким чином, Ю. Подгурецьки серед детермінант соціальної комунікації описав цілі, рівновагу непротириччя, пізнавальний (когнітивний) дисонанс, асиміляцію й установки.

За твердженням Ю. Подгурецьки, центральне місце в соціальній комунікації займають поняття «схильність», «персональна диспозиція» та

«особистісні риси». Також автор декларує впевненість у тому, що соціальна комунікація «не бере під сумнів теорію особистості, й аналізує її, уточнює і розширює» [9].

Особистісні аспекти, на переконання Ю. Подгурецьки, пов'язані із соціальною комунікацією і складають такий перелік: екстравертизм, інтровертизм, макіавеллізм; емпатія; інгратиція; трансгресія.

Екстраверсією автор називає «рису особистості, яка характеризується позитивним ставленням до об'єкту і схильністю до демонстрації почуттів» [9].

Як вважає Ю. Подгурецьки, екстраверту притаманні такі риси: випромінювання енергії назовні; концентрація на русі і дії, які спрямовані назовні; вільне володіння мовленням; впевненість і переконливість у промові; досить легке «впадіння» в стан неуважності; бажання зустрічатися з людьми; радість від дії у присутності інших людей; прояв нетерплячості, коли діяльність відбувається наодинці; чітка праця, швидка й цілеспрямована.

Під час здійснення соціальної комунікації, як вважає Ю. Подгурецьки, екстраверт має стиль, який можна схарактеризувати таким чином: енергійний у спілкуванні; активний; швидкість у реагуванні на питання й на зовнішні події; легкий у спілкуванні як з окремими людьми, так і з групами; нестримний, тому йому слід утримуватися, аби партнер по спілкуванню зміг висловитися; не схильний до листування, йому краще висловитися в усній формі; здатний легко формулювати свої думки під час роботи з людьми; схильний до миттєвого передавання власного досвіду; легкий у передачі відомостей про себе.

Екстраверти характеризуються у відношеннях із людьми, маючи такі, на думку Ю. Подгурецьки, особливості: звикли мати багато швидкоплинних знайомств попри постійних знайомств; здатні легко зав'язувати нові знайомства; часто розповідають іншим про своїх знайомих; зав'язуючи нові знайомства, екстраверт відчуває себе у своїй стихії; під час дружніх зустрічей

встановлює контакти практично з кожним із присутніх; із легкістю говорить про те, про що думає, відчуває себе самотнім без співбесідника; охоче ділиться з іншими своїм простір і час.

Екстраверти мають помилки в спілкуванні, яке Ю. Подгурецьки називає соціальною комунікацією. Перелік таких помилок дослідник описує у такому порядку:

- 1) ведення розмови «не на рівних»;
- 2) вип'ячування власних проблем.

На переконання Ю. Подгурецьки, під час здійснення ефективної соціальної комунікації комунікатор і комунікант повинні мати однакове уявлення про стилі спілкування. При цьому обидва повинні розуміти ситуацію однаково. Між людьми, що спілкуються, можуть бути три, на думку дослідника, характерні риси стосунків: «вони представляють собою певний вид залежності»; «такі залежності підлягають постійному нормуванню»; «партнери пристосовуються один до одного» [9].

Будь яку взаємодію партнерів по соціальній комунікації слід розглядати за трьома, як вважає Ю. Подгурецьки, вимірами: поведінковому; заохочень і покарань; міжособистісних установок.

Інтроверти також беруть участь у соціальній комунікації.

Інтроверсією Ю. Подгурецьки називає рису особистості, яка передбачає внутрішнє спостереження за собою, своїми переживаннями, відчуттями і почуттями.

Характерними рисами інтроверта слід, як вважає Ю. Подгурецьки, вважати такі: нечасто зав'язує знайомства; в компанії інтроверт завжди мчить і думає про своє; інтроверта не цікавлять люди, він цікавий сам собі; замкнений; не «впускає» інших у свій мир; висловлюється обережно; завжди зібраний; довго

обмірковує кожну свою дію; мало говорить; любить вести впорядкований образ життя.

Ю. Подгурецьки таким чином характеризує соціальну комунікацію інтровертів: інтроверт не має потреби в контактах з іншими людьми; задовольняється читанням книжок; спілкується з людьми тет-а-тет; інтроверт аналізує і міркує перед тим, як формулює свої думки; свої почуття інтроверт жорстко контролює; обов'язки, які інтроверти приймають на себе, виконують старанно; користуються в колективі репутацією людини, на яку можна покластися; з погляду інтровертів, майбутнє є песимістичним; велике значення інтроверти надають етичним цінностям; у будь-якій ситуації інтроверт спочатку відступить і лише пізніше у нього з'явиться відповідна реакція.

Соціальна комунікація інтроверта характеризується прагненням до самотності, до повної концентрації. Під час комунікації з інтровертами слід зважати на те, що вони не люблять, коли їх переривають у процесі виконання певного завдання. Навіть коли інтроверти запізнюються з виконанням виробничого завдання, вони прагнуть все зробити за інструкцією і якнайкраще.

У сімейних стосунках не всім інтровертам зручно пристосовуватися до протилежного типу, наприклад, до екстраверту – партнера по шлюбу. Успіх у сімейній соціальній комунікації для інтроверта криється в партнері, який зміг би врахувати специфіку й мотивацію вчинків інтроверта.

Соціальна комунікація, на думку Ю. Подгурецьки, спирається й на врахування такого виду особистісних рис, як макіавеллізм.

Макіавеллізм (від імені італійського філософа та історика епохи Відродження Нікколо Макіавеллі [25]) тлумачиться як риса особистості, яка відповідає передбаченню Н. Макіавеллі: «Люди завжди погані, до тих пір, поки необхідність не зробить їх гарними. Вони мінливі». Макіавеллізмом називають «політичну доктрину, яка використовує хитрість, насилля та обман у прагненні

досягти поставленої мети». Також макіавеллізм ототожнюють із цинізмом, недобропорядністю та двурушністю. Свого часу Ф. Зімбардо так визначив макіавеллізм: «це здатність здійснювати соціальний вплив, відомий як маніпулювання іншими в певних ситуаціях». Ю. Подгурецьки додає до цитованого визначення нагадування про те, що макіавелліст як тип людини вміє маніпулювати людьми, впливаючи на їхню свідомість, зберігаючи при цьому емоційну дистанцію, «не переживаючи ні за поведінку інших, ні навіть за власну» [9].

Для соціальної комунікації з макіавеллістом слід знати їхні такі особливості поведінки:

- 1) макіавеллісти завжди тримають емоційну дистанцію;
- 2) керуються раціо (розумом), а не емоцією;
- 3) ефективно комунікують у ситуації тет-а-тет;
- 4) легко взаємодіють, коли існує можливість імпровізувати;
- 5) ефективно спілкуються на фоні емоційного збудження;
- 6) мають стійкість проти впливу з боку суспільства;
- 7) не приймають у розрахунок цілей і бажань інших людей;
- 8) орієнтовані на пізнавальну діяльність, а не на емоційну;
- 9) здатні чітко контролювати власні емоційні сплески, пов'язані з власними проблемами чи конфліктами;
- 10) схильні до самоорганізації та ініціювання й організації процесу, у якому беруть участь.

На думку Ю. Подгурецьки, *емпатія* є особистісною рисою, що впливає на якість здійснення соціальної комунікації. В. Помикало вважає емпатією специфічну форму міжособистісного спілкування. Вона базується, на думку дослідника, на вродженій тенденції до концентрування уваги на іншій людині й стеження за його експресією та наслідування їй. Емпатію також визначають як

«здатність поставити себе на місце іншого, сприймати з його точки зору події, що відбуваються, відчувати аналогічні емоції» [28, с. 68].

Сам Ю. Подгурецьки вважає, що емпатія – це відчуття і почуття, що аналогічні до тих, «які відчуває партнер, отже, ознайомлення з власними переживаннями робить можливим краще впізнати відчуття партнера» [9].

Емпатія виконує позитивні функції в соціальній комунікації, як вважає Ю. Подгурецьки, а саме:

- 1) покращує самооцінку людини;
- 2) домінує над схильністю до агресії;
- 3) допомагає налагодити міжособистісний контакт;
- 4) пробуджує самовідданість;
- 5) дозволяє обмінюватися досвідом;
- 6) робить людей відкритими один до одного;
- 7) у шлюбі інтегрує різних за характером людей;
- 8) можуть виконувати терапевтичну роль;
- 9) породжує відчуття психічної близькості.

Я. Рейковськи пропонує диференціювати емпатія на два види: емоційна й пізнавальна [27].

Емоційна емпатія веде до перейняття суб'єктом емоційної реакції об'єкта: при цьому суб'єкт починає відчувати чужі емоції як власні, хоча такі перенесені емоції можуть і не співпадати з оригінальними; важливим у такому випадку є те, що суб'єкт буде враховувати емоції об'єкта й орієнтуватися на нього.

Пізнавальна емпатія передбачає процес, що дозволяє «увійти в чие-небудь положення» и саме тому бути здатним адекватно зрозуміти іншу людину.

По мене нию Ю. Подгурецьки, для ефективної появи емпатія потрібні певні умови, до яких дослідник відносить такі:

- 1) «камерна» обстановка;
- 2) тиша;
- 3) м'яке освітлення;
- 4) «інтимна» дистанція між тими, хто спілкується;
- 5) відсутність тиску від сторонніх спостерігачів;
- 6) довга у часі концентрація на емоціях партнерів по спілкуванню;
- 7) наявна мотивація та зацікавленість партнерів у спілкуванні;
- 8) відсутність упередження до партнера по спілкуванню.

На думку Ю. Подгурецьки, до особистісних рис, які сприяють соціальній комунікації, слід віднести *інґратіацію*.

Термін «інґратіація» було введено в науковий обіг дослідником Е. Джоунсом. Автор перекладав його як «підлизування, пошук чужої прихильності, прагнення сподобатися». А. Олшевська-Кондратович [26], як зауважує Ю. Подгурецьки, відносить інґратіацію до поведінкової стратегії, яка «неправомірно спрямована на вплив щодо іншої людини з метою підвищення привабливості суб'єкта». Ю. Подгурецьки повідомляє про те, що інґратіацією слід називати «всі ті прийоми, за допомогою яких люди прагнуть моделювати свій образ в очах інших заради того, щоб підвищуючи свою привабливість, отримати можливість кращого й більш повного задоволення власних потреб, досягнень своїх цілей чи отримання користі». Таким чином, віднесення інґратіації до процесів соціальної комунікації є виправданим.

На думку Ю. Подгурецьки, слід розрізнявати поведінку, спрямовану на інґратіацію від поведінки, завдяки якій суб'єкт прагне отримати схвалення. Схвалення, як вважає дослідник, є потребою нормальною. Саме за рахунок прагнення бути прийнятим оточенням, відбувається соціальна регуляція людської поведінки.

Поведінку інгратація (людини, яка прагне отримати більше схвалення, аніж того вимагає ситуація) можна вирізнити у такому прикладі, наведеному Ю. Подгурецьки. Одну справу виконують дві особи, які мають одну мету: ефективно і в строк здійснити виробничий процес. Обидва докладають максимум зусиль для реалізації поставленої мети. На якомусь етапі один із працівників починає робити вигляд, що він «не виходить» із робочого стану навіть під час відпочинку. Другому виконавцю починає здаватися, що перший забагато сил вкладає у виконання завдання. Другий починає хвалити першого працівника, який штучно вдає свій «заклопотаний» стан. Наприкінці виробничого процесу, коли мета досягнута, перший виконавець отримує схвалення від другого. Таким чином перший працівник дістає додаткової мети, суть якої полягала у додатковому схваленні його зусиль на шляху до досягнення спільної мети. Із якою метою перший працівник прагнув схвалення від другого стане відомо пізніше. Наприклад, коли будуть підводити підсумки, першого працівника не просто заохотять грошовою премією, але й підвищать по службі.

Судячи з теорії Е. Джоунса, інгратація може бути досягнута й іншим шляхом, який не вимагає прямої участі працівника у виробничому процесі. Прикладом тут може бути наполягання підвищити зарплату працівнику, який не вкладає постійно адекватні зусилля у виробничий процес, а лише тимчасово, саме заради підвищення зарплати. Інгратація, за словами Е. Джоунса, «користається тим хибним чином, який він створює у свідомості партнера». Виходячи з прикладів, Ю. Подгурецьки підсумовує: інгратацією є маніпулятивна поведінка, мета якої сформувані у партнера позитивну установку щодо суб'єкта.

Інгратація відбувається, на думку Ю. Подгурецьки, коли:

- 1) суб'єкт прагне досягти позитивної установки щодо себе;

2) засоби, якими користується інгратаціатор, є позитивними;

3) вплив на об'єкт маніпуляції здійснюється безпосередньо, а не опосередковано.

У теорії Е. Джоунса виокремлюється три класи інгратаційних прийомів.

1. Підвищення цінності партнера (передавання інформації про те, що партнера сприймають позитивно). Реалізується завдяки компліментам та лестощів.

2. Конформізм у тому, що стосується думок, оцінок й поведінки.

3. Презентація себе у вигідному світлі.

До психологічного аспекту соціальної комунікації Ю. Подгурецьки відносить *трансгресію*, під якою Я. Козілецьки має на увазі «подолання метисами тих рис, які були властиві батьківським організамам» [24]. За теорією Я. Козілецьки, трансгресивною людиною слід вважати таку, яка:

1) є експансивною і творчою водночас;

2) вільна й відповідальна;

3) керується водночас складною гомеостатичною й гетеростатичною мотивацією.

Синергетична особистість керується постійними компонентами особистості, а саме: волею та розумом.

На думку Я. Козілецьки, нині існує три підходи до тлумачення трансгресивного характеру особистості:

1) ендогенний підхід (рухаючі сили особистості знаходяться в ній самій);

2) екзогенний (рухаючі сили особистості знаходяться поза самої особистості);

3) взаємодія ендо- та екзогенного підходів (екзо- та ендогенні рухаючі сили особистості знаходяться у взаємодії).

Згідно з третім підходом, існує три основні компоненти, що зумовлюють життя й розвиток людини: дія, особистість і середовище.

Синергетична особистість, із точки зору психології, є мотиваційним процесом, що виконує функції поштовху до дії, визначає виділення людиною енергії та загальний напрямок пошуку цінності, підтримує дію і впливає на її тривалість у часі.

Синергетична концепція передбачає аналіз людини як відкритої системи, що з'єднана із зовнішнім світом і з діяльністю індивіда. Я. Козілецьки запропонував диференціювати трансгресію на два види:

1) індивідуальна трансгресія (індивід свідомо виходить за межі того, чим він є, тим самим розширюючи свою територію і реалізує себе згідно з власним проектом);

2) колективна трансгресія (масові, колективні дії, які дозволяють людям перевершити свої матеріальні, інтелектуальні й духовні досягнення).

Беручи до уваги думку Я. Козілецьки, Ю. Подгурецьки пропонує власну класифікацію трансгресії на чотири види.

Перший вид: практичні дії, спрямовані на фізичний світ. Мета таких дій, на думку Ю. Подгурецьки, полягає в створенні територіальної експансії, «розширення часової перспективи, збільшення виробництва матеріальних благ». Завдяки таким функціям людина утворює штучний світ за допомогою природного середовища.

Другий вид трансгресії: дії, спрямовані на людей. Мета дій полягає в розширенні контролю над іншими, домінування над групою й отримання абсолютної влади.

Третій вид трансгресії: символічні дії, які утворюють нові мисленнєві конструкції і розширюють особистісні знання про зовнішній світ. Ю. Подгурецьки назвав такі дії інтелектуальною трансгресією.

Четвертий вид трансгресії: дії утворюють самі себе, саморозвиток. За словами Я. Козілецьки, «індивід свідомо розвиває структури свого характеру й розуму, що збільшує силу волі й збагачує особистісний досвід».

Отже, психологічні аспекти спілкування, описані Ю. Подгурецьки, завершують його теоретичний підхід до аналізу й пояснення специфіки соціальної комунікації.

Автор висловлює думку про те, що «поки немає такої праці, яка давала б загальну орієнтацію у всій сукупності знання про комунікацію», його концепція може слугувати варіантом пояснення. Слід врахувати, що Ю. Подгурецьки досить лояльно, як він сам оцінив свою концепцію, викладену у монографії «Соціальна комунікація», висвітлив проблеми спілкування. Автор вважає, що «можливо, поняття соціальної комунікації не зовсім прозоре на рівні дефініції, але коли люди говорять про неї, мають на увазі передусім все те, що пов'язано з узгодженою дією, взаємною допомогою, із ясним усвідомленням тих поглядів, які визначають стосунки між людьми» [9].

Висновки

На початку дослідження нами була встановлена мета щодо визначення ролі й місця теоретичних поглядів Юзефа Подгурецьки в загальній теорії соціальних комунікацій. Поставлену мету ми досягли не повною мірою, на що є об'єктивні причини, серед яких основною називаємо відсутність стрункої й верифікованої, прийнятої вченою спільнотою загальної теорії соціальних комунікацій.

Частина поставленої мети, яка дозволяє констатувати часткове її досягнення, полягає в тому, що:

1) дослідник Ю. Подгурецьки, дійсно, декларує інтердисциплінарний характер соціальної комунікації, але доводить свою декларацію, звертаючись до психологічних термінів і понять (наприклад, дослідник вважає визначальними

факторами соціальної комунікації поняття «спілкування» і «комунікація»; пропонує виокремити такі детермінанти соціальної комунікації, як: регулятивні функції свідомості; когнітивна рівновага; процеси асиміляції і контрасту; установки як елементи структури свідомості та ін.);

2) Ю. Подгурецьки у своїх аргументах на користь доведення думки про інтердисциплінарний характер вивчення соціальної комунікації звертається до теорій, авторами яких є провідні психологи світу (наприклад, Леон Фестингер – автор теорії когнітивного дисбалансу; Ф. Хайдер, який створив продуктивні теорії стабільності установок, зміни установок і міжособистісного сприйняття; Olszewska-Kondratowicz A. – польський психолог, автор психологічного словника; Норьерт Силламі – психолог і психоаналітик, президент асоціації «Діти і надії», автор психологічного словника в 2-х томах);

3) запропонувавши аналіз соціальної комунікації, Ю. Подгурецьки так і не довів свого логічного посилення щодо її інтердисциплінарного характеру, а залишився на позиціях психолога, а більше – педагога-дидакта, який фрагментарно (несистемно) обговорює ідеї когнітивного дисбалансу, інтраверсії, екстраверсії, емпатії, інгратіації, трансгресії, маккіавелізму тощо;

4) якщо сьогодні й існує загальна інтердисциплінарна теорія соціальної комунікації, внесок Ю. Подгурецьки в базові її положення вичерпуються лише сегментом загальної та соціальної психології.

Перспективи подальших досліджень полягають у тому, щоб глибше й детальніше проаналізувати праці Ю. Подгурецьки, написані ним в останні 5–10 років, що, на наш погляд, дасть можливість або підтвердити, або спростувати наші висновки.

Список літератури

1. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського; наук. ред. Л. А. Дубровіна. – К., 2010. – 230 с.
2. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М.: Наука, 1984.
3. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии // Общественные науки и современность. – 1996. – № 3.
4. Ільганаєва В. Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації / В. Ільганаєва // Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — №1. — С. 60–67.
5. Ільганаєва В. Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку / В. Ільганаєва. — К.: Ред. журн. «Бібліот. вісник», 1996. — 253 с.
6. Ільганаєва В. О. Теорія соціальних комунікацій на шляху фундаменталізації медіа-знання / В. Ільганаєва // Соціальні комунікації: результати досліджень–2013 : кол. монографія. — У 3-х т. — Т. 1 : Теорія та історія соціальних комунікацій [наук. ред. О. М. Холод]. — К.: КНУКіМ, 2014. — С. 5–44.
7. Курбан О.В. Соціальні комунікації в роботах українських дослідників [Електронний ресурс] / О.В. Курбан // Інформаційне суспільство. – Вип. 11. – 2010. – січень–червень. – Режим доступу: http://elibrary.kubg.edu.ua/1044/1/O.Kurban_SKRUD_GI.pdf (дата звернення – 30.01.2017).
8. Курбан О.В. Соціальна комунікація в системі сучасного наукового знання [Електронний ресурс] / О.В. Курбан // Інформаційне суспільство. – № 10. – 2009. – С. 64–66; також див.: Режим доступу: http://elibrary.kubg.edu.ua/1045/1/O.Kurban_SKSSNZ_GI.pdf (дата звернення – 31.01.2017).
9. Подгурецки Ю. Социальная коммуникация / Ю. Подгурецки. – М.: Гелиос АРВ, 2006. – 160 с.
10. Почепцов Г.Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Почепцов Г.Г. // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19–26.
11. Почепцов Г. Социокommunikation и социосистемы [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (дата звернення: 8.06.2016). – Назва є екрану.
12. Різун В.В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / Різун В.В. // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 35–36.
13. Різун В.В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / Різун В.В. // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 1. – с. 7, 10.
14. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации / Соколов А.В. – СПб. : Издательство Михайлова, 2002. – 449 с.

15. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособ. / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – с. 450.
16. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник [авт.-сост. В.А. Ильганаева]. – Харьков : КП «Городская типография», 2009. – С. 296–297.
17. Холод О.М. Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Холод О.М. – Львів : ПАІС, 2011. – С. 35.
18. Холод О. М. Специфіка тлумачення терміна «соціальні комунікації» // Журналістика в піарі та піар у журналістиці / Упорядн. В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. — К.: «Грамота», 2010. — С. 278–279.
19. Холод О. М. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі «Соціальні комунікації» / О. М. Холод // Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості: у 3-х т. – Т. 3: Інмутація сучасного суспільства: монографія. – К. : КиМУ, 2012. – С. 213–222.
20. Холод О. М. Трансгресивна тенденція розвитку соціальних комунікацій у теорії Валентини Ильганаєвої / О. М. Холод // Держава та регіони. Сер: Соціальні комунікації. – № 1. – 2017. – (у друці).
21. Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации / Шарков Ф.И. // Социологические исследования. – 2001. – № 8. – С. 52–61.
22. Яблоновська Н. В. Термін «Соціальні комунікації», або що є спільного між мережами підземного міського господарства та журналістикою? // Журналістика в піарі та піар у журналістиці / Упорядн. В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. — К.: «Грамота», 2010. — С. 185–187.
23. Festinger L. A Theory of Cognitive Dissonance, 1957.
24. Концепція transgresyjna człowieka : analiza psychologiczna, PWN, Warszawa, 1987, s. 50–67, 77, 140–142.
25. Machiavelli N. Ksiaze, Zaklad Narodowy im. Ossolinskiх, Wroclaw, 1979, s. 46–47.
26. Olszewska-Kondratowicz A. Studia Psychologiczne, t. 15, 1975, s. 85–87, 94–95.
27. Osobowocz a spoleczne zachowanie sie ludzi, red. J. Reykowski, KiW, Warszawa, 1980, s. 296, 417.
28. Sillamy N. Slownik psychologii, Katowice, 1995, s. 68.

Розділ 1.4.

**ІДЕЇ ПРО «ЕЛЕКТРИЧНИЙ БУМ» МАРШАЛЛА МАКЛУЕНА
ЯК КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПІДҐРУНТЯ
ТРАНСФОРМАЦІЇ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ****I. Вступ**

Проблема дослідження полягає в тому, що сьогодні під час вивчення соціальних комунікацій не враховуються ідеї тих вчених, які були попередниками, що не дозволяє сучасним дослідникам враховувати специфіку трансформації положень теорії соціальних комунікацій. Нині невідомо те, яку роль у трансформації ідей теорії соціальних комунікацій відіграв канадський філософ і літературний критик Герберт Маршалл Маклуен. Останній висловлював ідеї про «електричний бум», маючи на увазі вплив електричних та електронних засобів комунікації на людину. Саме М. Маклуен, на наш погляд, сміливо може вважатися тим, хто трансформував ідеї, які пізніше були об'єднані в теорію соціальних комунікацій (наприклад, до телебачення як до фактору соціальних комунікацій).

II. Постановка завдання

Виходячи з висловленої проблеми, ми обрали у своєму дослідженні *об'єктом* трансформацію концептуальних положень теорії соціальних комунікацій, *предметом* – ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена як фактор трансформації положень майбутньої теорії соціальних комунікацій.

Гіпотезою дослідження стало твердження про те, що ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена відіграли провідну роль у трансформації положень сучасної теорії соціальних комунікацій.

Мета дослідження полягала в тому, щоб описати й упорядкувати ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена та довести, що вони відіграли

провідну роль у трансформації положень сучасної теорії соціальних комунікацій.

Методи дослідження

Для реалізації мети дослідження ми звернулися до таких груп *методів* (за класифікацією, запропонованою О. Холодом [11]):

- 1) загальнонаукові методи;
- 2) теоретичні методи;
- 3) емпіричні методи.

Із групи *загальнонаукових методів* ми користувалися потенціалом методів аналізу й синтезу для того, щоб відповідно розчленувати ціле (у нашому випадку цілим є концептуальне підґрунтя для розвитку сучасної теорії соціальних комунікацій) і з'єднати раніше виділені частини предмета дослідження в єдине ціле (ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена, які дозволять довести істинність нашого передбачення). Крім згаданих ми послуговувалися методами індукції і дедукції, які дозволили нам відповідно спочатку вивести загальні положення зі спостереження низки часткових одиничних фактів у процесах пошуку підґрунтя для сучасної теорії соціальних комунікацій (індукція), а пізніше вивести від загальних засновків про теоретичне підґрунтя ідей М. Маклуена висновок часткового характеру про те, що база сучасної теорії соціальних комунікацій ґрунтується на ідеях про «електричний бум».

Серед *теоретичних методів* ми обрали гіпотетико-дедуктивний метод, який дозволив нам висунути гіпотезу про те, що ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена відіграли провідну роль у становленні концептуального підґрунтя для розвитку сучасної теорії соціальних комунікацій, і дедуктивним методом довести істинність висунутої гіпотези. Разом із гіпотетико-дедуктивним методом ми застосовували положення аксіологічного методу, за

допомогою якого ми висунули положення, що не вимагали доведення, та виведення на їх основі тез, що утворюють аксіоматичну теорію.

Для цілеспрямованого й організованого сприйняття положень теорії «електричного буму» М. Маклуена ми звернулися до *методу емпіричного дослідження*, а саме – до методу спостереження. Крім того, нам знадобилося взяти на озброєння метод опису, завдяки якому вдалося зафіксувати результати спостереження за кореляцією ідей, висунутих М. Маклуеном, і тими ідеями, які становлять підґрунтя сучасної теорії соціальних комунікацій.

III. Результати

Маршалл Маклуен про телебачення висловлювався як про електричний бум, що розширює інформаційний потік, розширює світ людини, розширює знання телеглядача.

М. Маклуен вважав, що «те, що ми робимо, є подібним до нас. Воно продовжує нас, але й ми продовжуємо те, що зробили». Дослідник навів приклад: «Стул доповнює наш зад і спину» [3]. Телебачення придумала людина, але воно ж – телебачення – пристосувало людину до певних крісел чи диванів, сидячі в яких людині зручно годинами переглядати художні фільми чи то передачі, новини, спортивні матчі тощо. Отже, винахід людства пристосував людство до себе, ілюструючи трансформацію свідомості суспільства та зміну соціальних комунікацій.

Автомобіль був великим винаходом для людства, але ж автомобіль зробив невільником людину: для безпечного переходу шосе потрібно спуститися в підземний перехід, який спеціально вирили, запобігаючи смертельних випадків у результаті можливого наїзду автомобіля на людину. Отже, автомобіль пристосував людину до своїх потреб, підтверджуючи думку про те, що соціальні комунікації, як і свідомість людини, трансформувалися під тиском автомобіля.

М. Маклуен тільки попереджав про небезпеку небачення людьми наслідків електричного буму. Телебачення, згідно міркувань М. Маклуена, це породження електричного буму. Породження електрики. І людству, як вважав мислитель, слід знайти засоби боротьби з електрикою. Саме тоді, після винаходу таких засобів, на землі буде щастя і споживачі не будуть заангажовані телебаченням так, як сучасники М. Маклуена.

М. Маклуен стверджував: «Все, що придумала людина, є розширенням наших фізичних тіл» [3]. Важко не погодитися з дослідником. Але важко і не навести контраргумент: наскільки фізичні тіла здатні розширюватися? Де межа такого розширювання? Що вважати межею такого розширювання? Відповіді на поставлені питання породжують нові протиріччя. Наприклад, шукаючи відповідь на запитання про межу розширення фізичних тіл, ми зіштовхуємося з необхідністю визнати те, що межею може вважатися форма речі, яка розширюється. Наприклад, телебачення: М. Маклуен стверджував, що електричний (розуміємо – телевізійний) бум розширює фізичні тіла споживачів телевізійної інформації. Уявімо собі, що інформаційне насичення (розширення) перетинає межу можливого для сприйняття людини. Хіба в такому випадку людина й далі буде сприймати інформацію? Відповідь очевидна: інформаційне насичення (розширення) фізичного тіла має межу – теж фізичну. Настає такий момент, коли людина стомлюється у сприйнятті нової інформації, вона перестає сприймати її: не може ідентифікувати інформацію. Віднести її до поганої для себе, чи гарної. Відчувається перенасичення інформацією. Людина бажає відпочинку. У такому випадку ми повинні констатувати факт перенасиченості інформацією, що є порогом насичення, який не дає сприймати адекватно наступну хвилю інформації і робити якісними соціальні комунікації як збирання, обмін, архівування інформації та вимірювання її впливу.

М. Маклуен стверджував, що «ми надаємо форму речам, а речі надають форму нам» [3]. Чи можна погодитися з таким висловленням? Так, людина, дійсно, винаходить певну річ, яка полегшує її життя, але не здогадується спочатку про те, що винайдена річ вже готова пристосувати людей самих до себе. Щоб людина не винайшла, воно буде тим, що дасть можливість самій людині підкоритися винаходу. Дослідник вторить: «Все, що ви робите, підлаштовується під вас, хоча, якщо чесно, важко помітити подібність...» [3]. Тут варто захистити людину, яка помічає, що в її житті змінилося те, що раніше заважало або було непристосованим до життя людини. Помічаючи подібність того, що раніше існувало без вдосконалення з тим, що нині існує з додаванням, удосконаленням, людина не одразу погоджується із змінами, трансформаціями соціальних комунікацій. Людині потрібен час, аби прийняти нове, звикнути до нього, налаштувати себе на взаємодію з новим. Отже, не всі люди й не одразу готові прийняти новацію у суспільстві. Саме тому слід вважати думку М. Маклуена не зовсім коректною. Варто було б говорити про різні типи сприйняття соціальних комунікацій і різні типи сприймаючої новації людини.

М. Маклуен у своїх роздумах повідомляє про людину, яка є подібною до Нарциса. Останній не знав, що бачить своє відображення, але думав, що мав можливість бачити іншу людину. Отже, Нарцис, у роздумах М. Маклуена, бачив власне продовження, хоча і не здогадувався про те. Проводячи паралель між роздумами М. Маклуена, можна стверджувати, що сучасний телеглядач не здійснює соціальні комунікації, не бачить власного відображення в художніх фільмах, новинах, реаліті-шоу тощо. Сучасний телеглядач не помічає, що в телевізійному ефірі він спостерігає за власним відображенням, яке створене за подібністю самого телеглядача. Він хоче бачити те, що бачить по телевізору, інакше сам гаджет – телевізор – не був би таким цікавим сучасній людині, яка

добровільно позбавляє себе обміну інформацією, тобто соціальним комунікаціям.

М. Маклуен стверджував, що «за допомогою технологій ми розширюємо самі себе» [3]. Отже, телевізійні технології, як і ІТ-технології – це усього лише продовження людини як структурного елемента соціальних комунікацій. У такому випадку як слід тлумачити те, що ІТ-технології дозволяють людині створювати нові форми релаксації (наприклад, нові комп'ютерні ігри), нові програми для обслуговування людини. На думку О. В. Шевченка, «комп'ютерна графіка підсилює й урізноманітнює ідею й концепцію творів різних жанрових груп, наочно й зрозуміло пояснює глядачеві складні поняття, процеси, забезпечує переконливість суджень, емоційне й естетичне комбінування слів і зображень, відеоряду. Як складний, але перспективний вид зображення вона забезпечує нові можливості творчих досягнень телевізійної журналістики» [12].

Висловлюючи свою думку щодо реклами на телебаченні, М. Маклуен вважав, що «реклама – це розгорнута військова операція, яка спрямована на повне та остаточне придушення людського духу. Рекламник – це маніпулятор». Можливо, варто продовжити думку дослідника словами: «реклама трансформує соціальні комунікації, свідомість, а рекламник – це той, хто трансформує соціальні комунікації, свідомість» [3]. Отже, у твердженні М. Маклуена щодо ролі реклами і твердженні щодо рекламника слід визнавати справедливість, яка підтверджує реальне функціонування телевізійної реклами як засобу змінювання соціальних комунікацій.

Слід згадати також, що «механічною нареченою» М. Маклуен називав «те, що дещо природне, перестає бути природним» [3]. Таке явище утворене сучасною промисловістю. Варто додати, що нині, через багато років після публікації таких думок, залишається тільки дивуватися тому, що передбачення

М. Маклуена не тільки здійснилися, але й помножилися багатократно. Завдяки рекламі та телебаченню людство має нині уніфікований процес трансформації соціальних комунікацій і свідомості телеглядача, споживача реклами тощо. Необхідно лише замислитися над тим, що саме трансформує соціальні комунікації і свідомість суспільства. Відповідь очевидна: нинішнє суспільство є трансформованим через штучний фактор – телебачення, яке має всі підстави називатися артефактом. Висновок спадає на думку автоматично: соціальні комунікації, що нав'язує телебачення, є артефактними.

Маршал Маклуен вважав, що коли людина знаходиться у вирії щоденних подій, вона не здатна визначити власне місце в ньому. Людина у вирію не бачить системи дій, системи соціальних комунікацій. Слід продовжити: людина вирію лише виконує автоматично ті дії, які їй соціумом призначено виконувати. Вихід за межі вирію майже неможливий. Телебачення слід вважати епіцентром такого вирію – суспільного системного вирію. Виникає доцільне питання: яка сила, який мозок зміг вибудувати таку страшну систему? Відповідь не настільки очевидна: систему-вирій винайшла і втілила людина. Людина винайшла телебачення як штучне утворення, як артефакт. Отже, дія артефакту породила подвійний артефакт – соціальний вирій. Виходить, що артефакт як штучне утворення може керувати природою, тобто Людиною. Останній факт є підтвердженням думки про те, що сучасне суспільство-вирій підвладне сучасному вирію-телебаченню, яке у свою чергу трансформує соціальні комунікації і свідомість суспільства.

М. Маклуен вважав, що «вмикаючи електрику ввечері, вдома, Ви набуваєте новий світ». Додамо: вмикаючи телевізор (як форму електрики), людина набуває новий світ у вигляді нових соціальних зв'язків і форм, відчуттів і проблем. Люди, переймаючись чужими проблемами, про які повідомляють у новинах, у художніх фільмах, у ток-шоу чи інших за жанром

телевізійних продуктах, «покидають» власні проблеми й переносяться до пошуку вирішення проблем неіснуючих героїв або тих, кого масмедіа нині «обрали» ньюз-мейкером. Таким чином, з одного боку, люди самі трансформують власний внутрішній світ і, з іншого боку, дозволяють трансформувати його під впливом телевізійного продукту. Люди не просто піддаються впливу, люди вважають такий вплив із боку телебачення нормальним, необхідним. Люди залежать від телебачення як джерела штучних соціальних комунікацій.

М. Маклуен стверджував, що з появою чогось нового зникає природне. «Ви надаєте форму інструменту, він надає форму вам». Поява телебачення ізолювала людей від природних речей, від природних соціальних комунікацій, але внесла в життя суспільства необхідність пристосуватися до телевізора як приймача телевізійного продукту. Люди змінили світ, підлаштувавши його під зручний перегляд і сприйняття звукової та відеоінформації. Важко не погодитися з висловленням М. Маклуена.

Дослідник констатує, що «те, що ми винайшли за допомогою електрики, вкратило в нас нервову систему» [3]. Під тим, що «ми винайшли за допомогою електрики», слід розуміти телебачення. Чому телебачення «вкратило у нас нервову систему»? Тому, що ми переселяємося жити із світу реальності у світ нереальності (метареальності). Згодом таке життя в метареальності змінює (трансформує) як соціальні комунікації, так і нашу свідомість, нашу нервову систему, наше буття. Нам легше «замкнутися» в телевізійному продукті, аніж вирішити реальні проблеми власного життя. За помилки у вирішенні життя метареальності ми не змушені платити, за помилки, які ми скоїли в реальному житті, нас може чекати досить серйозна відповідальність із довготривалими наслідками. Не кожний із нас готовий витримати такі наслідки. Краще заховатися від них... у телебаченні.

М. Маклуен заявляє: «Коли за допомогою технологій ви розширюєте власну нервову систему, вона виходить за межі вашого тіла». (І далі: «Ми розташували себе всередині власної нервової системи». «Це означає, що будь-який оператор може отримати частину нашої нервової системи» завдяки телевізійному чи комп'ютерному приладу, будь-якому гаджету. Він (оператор) «може рухати будь-яку частину вашої суті». «Це власне нове досягнення людства, і людство донині не мало досвіду спілкування з ним». «Тепер у нас є засіб комунікації, який потрясає все в нас, але у нас немає жодного засобу боротьби з ним» [3]. Варто вважати глибоким зауваження М. Маклуена щодо відсутності засобів боротьби з телебаченням. Навіть більше: треба чинити спротив смислу твердження М. Маклуена. По-перше, чому необхідно виступати проти телебачення? Тому, що безвільний індивід дивиться у блакитний екран телевізора і не ідентифікує тієї програми, яка несе нове для нього. Можливо, те, що не несе, на думку професора, нового, для пересічного споживача інформації є новим. Можливо, для технічно обдарованого телеглядача реаліті-шоу про виживання на безлюдному острові не є новим, не є цікавим. Але пригоди учасників такого реаліті-шоу цікавлять третину телеглядачів. Звідси виникає логічне питання: на кого рівнятися телевізійнику, який виготовляє телевізійні проекти, програми, новини? Зрозуміло: не на технічно освічених індивідів, яких – одиниці. Таким чином зміну соціальних комунікацій, трансформацію свідомості суспільства під впливом телебачення не варто вважати негативною для всіх телеглядачів. Орієнтація на сегментацію споживачів телевізійної інформації є тим шляхом вирішення протиріччя, про яке повідомив свого часу М. Маклуен, натякаючи на пошук засобів боротьби з телебаченням.

Оскільки телебачення слід вважати засобом масової комунікації, варто прислухатися до зауваження дружини Маршала Маклуена – Лаури Маклуен: комунікація, повідомляє дослідниця, «подібна до шупальців, що розкидано у

всі сторони, і він (М. Маклуен) бачив взаємозв'язок усього з усім» [3]. Безперечною правотою цитованих слів Лаури Маклуен. Але і тут є необхідність занотувати таке: соціальні комунікації не просто поруч із нами, не просто розкидані всюди, не просто пов'язані з усім, що нас оточує. Соціальні комунікації пронизують наскрізь кожного з нас, вони існують заради нас, підлаштовуються під нас, існують лише завдяки нам – людям. Отже, соціальні комунікації завжди були і залишаються набуттям людства, суспільства. Звідси випливає висновок: якщо все, стверджуване раніше, правильне, соціальні комунікації не є функцією соціальної практики індивідів у суспільстві. Соціальні комунікації в такому випадку є породженням суспільства. Отже, викривлення законів соціальних комунікацій, зміна таких законів трансформують суспільство. Телебачення як артефакт і метареальність суспільства трансформує його завдяки соціальним комунікаціям.

Учні М. Маклуена свідчили: дослідник говорив про те, що «будь-яка технологія – це мова, а сама мова – найвища технологія, що дає вам ключ до всіх мов і технологій» [3]. Телевізійна демонстрація – це також технологія, отже, її можна називати мовою. Звідси, мова телебачення – це мова, яка дає ключ для декодування будь-якої іншої мови. Отже, знання мови телебачення дасть можливість зрозуміти будь-яку мову технологій у суспільстві, мову соціальних комунікацій. Виходить, що М. Маклуен вступив у протиріччя сам із своїми думками. Адже М. Маклуен стверджував, що електричний бум (телебачення зокрема) зруйнує суспільство і треба шукати засоби захисту (боротьби) з ним. Логічним є таке питання: із якою метою слід шукати засоби боротьби з електричним бумом? Щоб припинити прогрес людства? Щоб уникнути всебічного інформування завдяки телебаченню? Аби заспокоїти власні, майже хворі, нерви, розгойдані на роботі? Можливо, М. Маклуен вбачав у телебаченні ворога тому, що сам не був прихильником вечірнього подразника

вдома – телевізора? Сьогодні важко відповісти на поставлені питання. Але вірним є те, що твердження М. Маклуена близьке до істини, якщо зважати на високий ступінь впливу телебачення на свідомість людини і на його соціальні комунікації. Телебачення є трансформатором свідомості суспільства. Із таким висновком важко сперечатися.

Про роль телебачення в житті людей, що жили на початку другої половини ХХ століття (у 1962 році) М. Маклуен в інтерв'ю американському телеканалу висловився таким чином: «Форми повсякдення входять до телевізійних шоу, і люди відчувають себе частиною таких шоу» [3]. Нині не змінилося майже нічого: мільйони телеглядачів «приклеюються» до екранів телевізорів, коли у п'ятницю або в суботу в ефір видає свою продукцію той або інший майстер слова – супер-ведучий із супер актуальною темою. Чому згадані мільйони телеглядачів «приклеюються» до екранів? Чому вони дихають разом із героями талант-шоу, реаліті-шоу, ток-шоу, кулінар-шоу тощо? Всупереч М. Маклуену слід зазначити, що згаданим мільйонам телеглядачів остогидло сидіти перед комп'ютером на роботі, перед обличчями своїх співпрацівників, перед формулярами та бланками, працювати на господаря, який мало платить, до того ж є дурнуватим у своїх вчинках й оцінках. Телеглядач вимагає телебачення, яке дає можливість відпочити від нагальних проблем, від противних начальників і підступних колег. Розважальні програми на телебаченні виконують компенсаторну функцію: вони дозволяють забути негоди й злі вчинки (чи то власні, чи то співпрацівників). Як у негативному, так і в позитивному плані телевізійні шоу виконують роль трансформатора соціальних комунікацій і свідомості суспільства. Важко визначити те, що б робили вдома ввечері ті, хто є лідерами на роботі, у науці, у мистецтві, якби не було телевізора.

М. Маклуен заявляє в одній із своїх лекцій: «Електрична інформація приходить одночасно з усіх боків, а коли вона іде з усіх боків одночасно, ви живете в акустичному світі. В акустичному світі ніщо не буває довгим, немає однорідності, немає зв'язків і статички, все змінюється» [3]. Перефразовуючи М. Маклуена, можна констатувати, що нинішній світ живе в акустичному вимірі телевізійної, комп'ютерної, радіо інформації. Людина замкнена самим собою в такий штучний світ інформаційно-електричної акустики. Отже, постійно перебуваючи не в природному для себе вимірі, людина починає забувати те, як саме виглядає його природний вимір: забуває правила існування в природному оточенні, забуває правила соціальних комунікацій. Замість того набуває нових навичок оперування з предметами нового світу, нового оточення. Новий електричний світ змінює, трансформує свідомість людини, свідомість суспільства та його соціальні комунікації. Отже, електрика змінює свідомість.

Вдалиий приклад наводить у документальному фільмі «Пробудження Маклуена» його сценарист – Ерік Маклуен. Останній згадує відому казку Люїса Керола. Аліса у Задзеркаллі змушена була, як вважає Е. Маклуен, прийняти правила існування світу Задзеркалля. Аліса, подібно до продукту змін у Задзеркаллі, набула нових форм існування в суспільстві Задзеркалля. Подібно до Аліси всі сучасні люди змінили своє бачення світу, трансформувалися завдяки артефакту – телебаченню. Але чи змінилося суспільство, трактуючи власне минуле? Чи є минуле в сучасного суспільства? На такі питання М. Маклуен відповідає ствердно: «Електрика відновила минуле у формі міфів. Оскільки ми нині живемо у світі міфів, ми здатні зрозуміти міфи давнини» [3]. Здавалося б М. Маклуен правий: як до українців, дійсно, події битви під Жовтими Водами, яка відбулася впродовж між 29 квітня і 16 травня 1648 року, нині сприймаються як міф, але створений умільцями-істориками задля підняття ступеня відчуття гордості за предків-козаків, які вибороли волю в страшній

боротьбі. При цьому варто згадати, що битва під Жовтими Водами – це битва «між військами Речі Посполитої, з одного боку, й українськими козацько-селянськими військами Богдана Хмельницького та його татарськими союзниками, з другого боку, під селищем Жовті Води в ході національно-визвольної війни 1648–1654 років» [1]. Ми живемо у світі міфів, телевізійних міфів, комунікаційних міфів. Тобто тих міфів, які не могли бути утвореними раніше: телевізорів не було. Але функції телевізорів виконували перекази подій, домислювання й домальовування героїчних подвигів видатних осіб тогочасного суспільства. Нині телевізор виконує міфотворчу функцію. Нині телевізор є казкарем. Журналісти й інші виробники новин є казкарями і міфотворцями. Так чи є у нас минуле, якщо ми творимо міфи щодня? Відповідь незабарилася: є!

Міфи минулого тануть перед міфами нинішніми. Телебачення здатне творити супер-міфи. М. Макулен занотовував свого часу: «Засоби комунікації нині можуть створювати події самостійно, більше аніж це можуть робити телеглядачі» [3]. Дійсно, сучасному телеглядачеві непотрібні спеціальні події за вікном власних багатоповерхівок. Подія сама «прийде» в дім, через телевізор. Телеглядач сучасності, спираючись на довіру до теленовин, легко сприймає новину, яка нібито відбулася. Не варто перевіряти. Подія відбулася на екрані. Усі інші засоби масової комунікації підтвердять факт реальності події. Варто припустити, що події як такої не було. Її придумали мас-медіа. У такому випадку мас-медіа як штучно створена річ (артефакт) є міфотворцем, який творить метареальність завдяки новим правилам соціальних комунікацій.

Створення телебаченням міфів пов'язано з процесами, які філософи (наприклад, Коротаєв А.В., Малков А.С., Халтурина Д.А. чи Скворцов Г.Е.) називають законом у науці. Слід уточнити: закон – це «вербальне та/або математично виражене твердження, що має докази (на відміну від аксіоми), яке

описує співвідношення, зв'язки між різними науковими поняттями, встановлені шляхом індукції або дедукції, і визнане на даному етапі науковим співтовариством та узгоджується з іншими науковими законами» [2]. Згадуючи М. Маклуена, який не був науковцем-дослідником емпіричного (практичного) спрямування, слід зазначити, що мислитель усю свою творчу діяльність шукав закони комунікації. Цікаве його бачення таких законів. М. Маклуен в одній із лекцій розшифрував те, що він називав законами комунікації: «Кожний засіб, – на думку вченого, – розвиває певну функцію..., але інша функція старіє, зникає більш давня функція і переходить у протилежну форму...» [3]. Отже, закони функціонують у певну епоху, у певному колі науковців. Закони комунікації також конвенціональні, тобто прийняті за згодою між лідерами думок у суспільстві. З іншого боку, коментуючи висловлену дослідником думку, слід вбачати чітку паралель його ходу розмислу з провідним вектором теорії інмутації суспільства О. Холода [4–10]. Суть такого вектора: те, що нині вважається інмутацією суспільства, через певний час стане мутацією. Іншими словами, неспинний розвиток природи й суспільства, який графічно зображений у вигляді спіралі Г. Гегеля, підтверджується в думках М. Маклуена.

Варто пригадати вислів М. Маклуена: «Ви надаєте форму інструментам, інструменти надають форму вам. Це петля. Спочатку ви споживач, наприкінці використовують вас» [3]. Варто погодитися з дослідником, оскільки мова йде про телебачення, про електронний продукт (як і про комп'ютер та комп'ютерні програми). Людство винайшло телебачення, але пізніше телебачення пристосувало людство до себе. Людство винайшло автомобіль, пізніше автомобіль прилаштував все життя людей до себе. Спочатку люди винайшли комп'ютер, останній прилаштував людей до себе, до своїх потреб. Що відбувається? Відбувається трансформація соціальних комунікацій у суспільстві. Свідомість суспільства змінилася, вона служить електричним

приладдям. Мислитель М. Маклуен продовжує: «Будь-які електричні приладдя мають характеристики телебачення, характеристики повної залученості. Коли кожний залучений до множинності, як можна пробитися особистості?». «Пошук особистості – це центральний аспект електричної епохи. Насилля – це єдиний засіб означати власну особистість» [3]. На жаль, важко погодитися з М. Маклуеном в останньому твердженні, але варто врахувати його думку в подальших пошуках причин і наслідків аналізованого артефакту сучасного суспільства, яким є телебачення, що впливає на трансформацію соціальних комунікацій.

IV. Висновки

На початку дослідження нами була висунута гіпотеза про те, що ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена відіграли провідну роль у трансформації положень сучасної теорії соціальних комунікацій. Наше передбачення було повністю доведене.

Ми встановили, що концепцію «електричного буму», запропоновану М. Маклуеном, склали такі ідеї, які трансформували положення сучасної теорії соціальних комунікацій:

1) винахід людства пристосував людство до себе, ілюструючи трансформацію свідомості суспільства та зміну соціальних комунікацій;

2) людству, на думку М. Маклуена, слід знайти засоби боротьби з електрикою (телебаченням та рекламою); іншими словами, слід запобігти трансформацію не стільки соціальних комунікацій, скільки трансформацію людини під впливом «електрики»;

3) електричний бум розширює фізичні тіла споживачів телевізійної інформації у вигляді поширення їхніх соціальних взаємин, зв'язків, відносин, що трансформує як суспільство, так і соціальні зв'язки в ньому;

4) перенасичення інформацією не дає аудиторії сприймати адекватно наступну хвилю інформації і якісно здійснювати соціальні комунікації (збирання, обмін, архівування інформації, підготовку до трансляції, трансляцію інформації та вимірювання її впливу);

5) на думку М. Маклуена, «все, що ви робите, підлаштовується під вас, хоча, якщо чесно, важко помітити подібність...» [3], отже, і соціальні комунікації підлаштовуються під те, що робить людство, яке не помічає трансформації соціальних комунікацій;

6) спираючись на думку М. Маклуена, можна стверджувати, що сучасний телеглядач не здійснює соціальні комунікації, не бачить власного відображення в художніх фільмах, новинах, реаліті-шоу, отже, телебачення створює нові соціальні комунікації і змінює таким чином аудиторію, соціум взагалі;

7) телевізійні технології, як і ІТ-технології – це усього лише продовження людини як структурного елемента соціальних комунікацій;

8) функціонування телевізійної реклами змінює соціальні комунікації;

9) нинішнє суспільство є трансформованим через штучний фактор – телебачення, яке має всі підстави називатися артефактом; отже, соціальні комунікації, що нав'язує телебачення, є артефактними;

10) сучасне суспільство-вирій підвладне сучасному вирію-телебаченню, яке у свою чергу трансформує соціальні комунікації і свідомість суспільства;

11) вмикаючи телевізор (як форму електрики), людина набуває новий світ у вигляді нових соціальних зв'язків і форм, відчуттів і проблем;

12) люди залежать від телебачення як джерела штучних соціальних комунікацій;

13) якщо соціальні комунікації є породженням суспільства, отже, викривлення законів соціальних комунікацій, зміна таких законів

трансформують суспільство; телебачення як артефакт і метареальність суспільства трансформує його завдяки соціальним комунікаціям;

14) знання мови телебачення дасть можливість зрозуміти будь-яку мову технологій у суспільстві, мову соціальних комунікацій:

15) мас-медіа як штучно створена річ (артефакт) є міфотворцем, який творить метареальність завдяки новим правилам соціальних комунікацій;

16) за законами комунікації, сформульовані М. Маклуеном («Кожний засіб розвиває певну функцію..., але інша функція старіє, зникає більш давня функція і переходить у протилежну форму...» [3]) соціальні комунікації трансформуються, розвиваючись, старіючи, переходячи в іншу форму.

Подяки

Під час написання звіту про наше дослідження щодо впливу ідей «електричного буму» М. Маклуена на трансформацію положень сучасної теорії соціальних комунікацій ми мали чудову можливість спокійно й наполегливо працювати, за що вдячні своїй дружині – кандидату філологічних наук, доценту Ганні ХОЛОД та керівництву кафедри журналістики і міжнародних відносин (професору Анатолію БЕЗПАЛЕНКО) та керівництву Київського національного університету культури і мистецтв професору Михайлові ПОПЛАВСЬКОМУ.

Література

1. Желтые Воды // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890–1907.
2. Петрушевский Ф. Законы явлений природы // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890–1907. — Т. XII. — С. 181–182.

3. Пробуждение Маклюэна : документальный фильм (США) [Електронний ресурс]. – 2002. – Режим доступу: <http://filmix.net/dokumentalenyje/30193-probuzhdenie-maklyuena-mcluhans-wake-2002.html> (дата звернення: 9.01.2016). – Назва з екрану.
4. Теорія інмутації суспільства: pro et contra : кол. монографія [за ред. О. М. Холода; автори : Борисенко Д. О., Василюшин Р. Я., Дзенник С. В. та ін.]. – К.: КиМУ, 2011. – 234 с.
5. Холод О. М. Основи теорії інмутації / О. М. Холод // Соціальні комунікації та інмутація суспільства: монографія [за ред. проф. О. М. Холода; автори: Гончарова А. К., Субота В. М., Шевченко А. С., Шевченко О. О.]. – К.: КиМУ, Українська асоціація психолінгвістів, 2010. – С. 6–35.
6. Холод О. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості: у 3-х т. / О. Холод. – Т. 1: Теорія інмутації суспільства: монографія. – К.: КиМУ, 2010. – 213 с.
7. Холод О. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості: у 3-х т. / О. Холод. – Т. 3: Інмутація сучасного суспільства: монографія. – К.: КиМУ, 2012. – 224 с.
8. Холод О. М. Теорія інмутації суспільства: монографія / О. М. Холод. – К.: КиМУ, 2011. – 304 с.
9. Холод О. М. Гіпермаркет свідомості і масмедіа: у 2-х т. – Т. 1: Трансформація свідомості. – К.: КНУКіМ, 2013. – 144 с.
10. Холод О. М. Гіпермаркет свідомості і масмедіа: у 2-х т. – Т. 2: Соціальний інжиніринг масмедіа. – К.: КНУКіМ, 2016. – 329 с.
11. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій: підручник / О. М. Холод. – Львів: ПАІС, 2014. – 280 с.

12. Шевченко О. В. Комп'ютерні засоби у жанровій системі тележурналістики / О. В. Шевченко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. Филология. Социальные коммуникации. – Т. 24 (63), 2011. – №4, Ч. 1. – С. 116–120.

Розділ 1.5.

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНЦІЯ В КОНЦЕПЦІЇ ДОСЛІДНИКІВ ВАШИНГТОНСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ (США)

Вступ

Актуальність дослідження полягає в декількох положеннях.

1. Сьогодні в Україні є невідомими результати практичних і теоретичних досліджень, здійснених групою вчених Вашингтонського університету (США) (Вашингтонський університет, 2016), які працюють над вивченням здатності до соціальних дій дітей, уражених як вродженими, так і соціально зумовленими порушеннями психіки.

2. Оскільки в Україні термін «соціальні комунікації» тлумачиться не в руслі налагодження соціальних комунікацій як соціальних дій дітей, які мають порушення психіки, актуальним, на наш погляд, будуть результати згаданих досліджень для збагачення уявлення про соціальні комунікації не обмежені лише теоретичним пізнанням.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій

Ми змушені констатувати, що, на жаль, сьогодні в Україні відсутні, за нашими даними, будь-які дослідження результатів вивчення соціальних комунікацій у Вашингтонській школі. Натомість серед американських дослідників зустрічаються поодинокі дослідження практичних результатів вивчення соціальної комунікації дітей, що мають порушення психіки. До таких праць необхідно віднести публікацію Ф. Грешама (Gresham, 1998).

Дослідник Ф. Грешам (Gresham, 1998) пропонує визначати соціальну комунікацію як таку, що відноситься до мови, яка використовується в соціальних ситуаціях.

У дошкільному віці, на думку Ф. Грешам, соціальна комунікація описується дослідниками як дитяча впевненість і чуйність, як здатність до використання мови для реалізації різних комунікаційних намірів (наприклад, вітання, коментарі, прохання, зазиви, відповіді тощо). Дослідник зауважує, що в міру дорослішання, соціальна комунікація стає все більше складною й залежить від багатьох контекстних вимог.

Американські дослідники й клініцисти поклалися на інструменти стандартної мови, щоб забезпечити загальну оцінку дитячого функціонування під час соціальної комунікації. Такі глобальні дослідницькі процедури, що відбуваються в контрольованих і заданих умовах, дозволили дослідникам порівняти продуктивність окремої дитини та нормативні дані.

Дослідники Д. Коварски й Дж. Даміко (Kovarsky, D. & Damico, J.S. (1997) впевнені, що репрезентативні вибірки соціальної комунікації дитини швидше за все слід збирати в природних умовах. Потрібне пряме (поведінкове) спостереження, яке є найбільш соціально дієвим. Потрібен метод збору достовірної інформації й встановлення функціональних характеристик соціальної комунікації, оскільки вона вбудована у фактичні комунікативні контексти. Саме пряме спостереження, на думку дослідників, дозволяє вивчати мову виконання в реальному часі і встановити факт того, як змінні середовища можуть підтримувати або перешкоджати соціальній взаємодії.

Спостереження за поведінкою дітей є корисними для методології диференціації дітей із дефіцитом соціальної комунікації, вважають Л. Олсванг, Т. Коггінс і Г. Таймлер (Olswang L., Coggins T. & Timler G., 2001). Спостереження за дітьми в природних умовах дозволяє виявити нетривіальні

проблеми і до збору даних, і до скорочення обсягу отриманих даних. Наприклад, постає питання про те, чи повинен дослідник слідувати повсюди за дитиною, фіксуючи всі дії в журналі поведінки, чи записувати заздалегідь визначені моделі поведінки дитини. З іншого боку, постає питання про те, як дослідникові тимчасово ефективно підсумувати дані. Л. Олсванг, Т. Коггінс і Г. Таймлер відповідають на ці питання, пропонуючи модель соціальної комунікації, яка забезпечує, на думку дослідників, початковий рівень відповідей на поставлені методологічні проблеми.

Дослідження, здійснені Т. Чангом й С. Ашер (Chung, T., & Asher, S., 1996) показали, що діти можуть реагувати на складні ситуації в різних напрямках. Автори детально дослідили й описали такі різні реакції:

- *просоціальні манери*: включає в себе потреби обох/всіх учасників, які знаходяться під загрозою, й отримання додаткової інформації від того, хто звертається із ввічливим проханням (із використанням слів «будь ласка»), визнаючи при цьому проблему і демонструючи прагнення знайти рішення;
- *ворожі/примусові манери*, що можуть включати в себе такі непривітні протидії іншої людини, як захоплення, удари, поштовхи, крики, відповіді з ненавистю тощо;
- *напористі манери*, які можуть включати заяви про те, що хтось хоче прямо, без вживання слів «будь ласка», запитувати про ту або іншу соціальну норму;
- *пасивний спосіб*, який включає дозвіл виграти без підтвердження, втрату особистого інтересу, відхід;
- *манера пошуку дорослих*, або звернення до дорослих за допомогою, погроза такою допомогою;
- *непотрібна манера*, яка передбачає зміну предмета виконання таким чином, щоб не було нікого зв'язку із початковою ситуацією.

М. Гуральник (Guralnick M., 1999), досліджуючи соціальну комунікацію, вивчав вплив сім'ї й дитини на однолітків, пов'язаний із соціальною компетентністю дітей молодшого віку, у яких фіксувалися відхилення в розвитку. До поняття «соціальна компетенція» автор відніс і поняття «соціально-пізнавальні здібності».

Мета дослідження

Виходячи з викладеного, ми визначили мету нашого дослідження, яка полягає в доведенні думки про те, що соціальні комунікації можуть розглядатися як соціальна компетенція в концепції дослідників П. Кемпбелл, Дж. Сіперстейн, Н. Крайк, К. Додж із Вашингтонського університету (США).

Завданнями дослідження ми визначили такі:

- 1) здійснити аналіз теоретичних і практичних досліджень чотирьох американських дослідників (П. Кемпбелл, Дж. Сіперстейн, Н. Крайк, К. Додж), що представляють Вашингтонський університет (США);
- 2) піддати аналізу модель соціальної компетенції;
- 3) знайти кореляції між положеннями про соціальну комунікацію і положеннями про соціальну компетенцію;
- 4) сформулювати висновки щодо проведеного теоретичного дослідження.

Методи й методика дослідження

Під час дослідження ми звернулися до загальних і загальнонаукових методів.

Серед загальних методів ми віддали перевагу *діалектичному методу*, який дозволив нам аналізувати соціальні комунікації як соціальну компетенцію в концепції дослідників Вашингтонського університету (П. Кемпбелл, Дж. Сіперстейн, Н. Крайк, К. Додж) із позицій доміанти матеріального базису, який передбачає наслідування основним принципам діалектики.

Наше дослідження стало можливим завдяки таким загальнонауковим методам:

– аналіз, який дозволив нам розчленувати ціле (соціальні комунікації) на складові частини (декілька концепцій, серед яких ми виокремили концепцію соціальної компетенції, що запропонувала група дослідників із Вашингтонського університету);

– синтез, завдяки якому ми з'єднали раніше виділені частини предмета дослідження (інформацію про концепцію соціальної компетенції та її варіанти в практичному застосуванні) в єдине ціле (соціальні комунікації);

– абстрагування, що дозволила нам відволіктися від ряду властивостей і відносин концепції соціальної компетенції і зосередитися на властивостях і відносинах, які нас цікавили відносно соціальних комунікацій;

– узагальнення, яке допомогло нам встановити загальні властивості й ознаки концепції соціальної компетенції дослідників Вашингтонського університету.

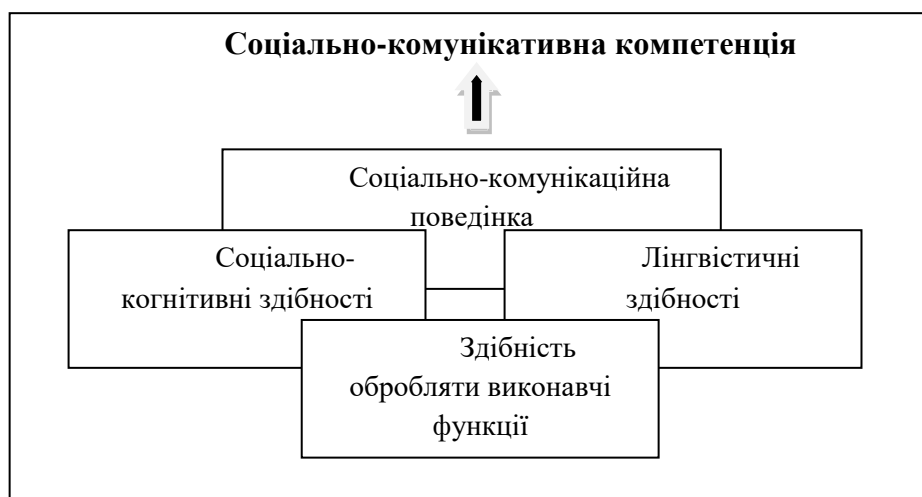
Методика (процедурна специфіка теоретико-методологічної зорієнтованості) нашого дослідження було зосереджена на таких процедурах:

- 1) здійснення аналізу історії проблеми;
- 2) формулювання об'єкту й предмету, мети дослідження;
- 3) детальний опис концепції соціальної компетенції, яка належить дослідникам Вашингтонського університету;
- 4) виокремлення ідентифікаційних ознак згаданої концепції;
- 5) порівняння ідентифікаційних ознак концепції соціальної компетенції з ідентифікаційними ознаками соціальних комунікацій як системи процесів;
- 6) формулювання висновків щодо результатів згаданого порівняння.

Результати дослідження

У Вашингтонському університеті на кафедрі наук про мовлення та слух досліджується соціальна комунікація, тлумачення якої полягає в тому, що вивчається здатність до соціальних дій дітей, уражених як вродженими, так і соціально зумовленими порушеннями психіки. Такі діти не можуть самостійно, без допомоги дорослих і фахівців, виконувати соціальні дії.

Соціальні комунікації розглядаються і в соціальній взаємодії дітей з аутизмом. Їхнє лікування, наприклад, дослідники П. Кемпбелл, Дж. Сіперстейн, Н. Крайк, К. Додж, здійснюють з опорою на запропоновану вченими теоретичну модель соціальної комунікації. Така модель створена для концептуалізації проблеми соціальної комунікації і визначає компетенцію соціальної комунікації, що складається з таких чотирьох елементів (див. рис. 1 далі).



*Рис. 1 Модель соціально-комунікативної компетентності
(за: П. Кемпбелл, Дж. Сіперстейн, Н. Крайк, К. Додж)*

Керівні принципи для оцінки й втручання спираються на чотири компоненти, що перетинаються. Їхній взаємозв'язок визначає в сумарному результаті те, наскільки продуктивна соціальна комунікація. Соціально-комунікаційна поведінка, розміщена у верхній частині схеми, ілюструє

виконання поведінки комунікації в соціальних, інтерактивних контекстах. Така поведінка легко спостерігається й часто фіксується в проблематичних вихователів і вчителів, які, наприклад, штовхають дітей, кричать на них під час розв'язання конфлікту.

У схемі на рис. 1, нижче запису «соціально-комунікативна компетенція», подано записи «соціально-когнітивні здібності» й «лінгвістичні здібності». Вони розглядаються як навички і здібності, що необхідні для дитини, щоб бути здатним виконати соціально-комунікативну поведінку. Вони ілюстровані на тому самому рівні, тому що розглядаються як окремі компоненти, що однаково підтримують соціально-комунікаційну поведінку.

У нижній частині моделі, як свідчать дослідники, подано запис «здібності обробляти виконавчі функції». Вони є необхідними базовими операціями обробки, що дозволяє дитині використовувати та маніпулювати тими знаннями, які вона має на фоні організації, керування й реалізації інформації, що поступає.

Дослідники Н. Крайк й К. Додж (Crick, N., & Dodge, K., 1994) занотовують, що інформація про проблеми соціальної комунікації, які пов'язані із згаданими порушеннями, змінюються.

В основу соціальної комунікації входить поняття, що висловлюється терміном «соціальнокомунікаційна поведінка», під яким розуміють ті дії (здійснювані в ізоляції чи пов'язані разом), які відбивають здібності дитини до соціального пізнання й мови. Така поведінка спостерігається, коли дитина взаємодіє з іншими, і складається з:

- введення в групу;
- надання допомоги;
- висловлення компліменту;
- запит на дозвіл;

- пояснення поведінки;
- передбачення;
- ігнорування негарних зауважень;
- висловлювання правди.

1994 року П. Кемпбелл і Дж. Сіперстейн (Campbell, P., & Siperstein, G., 1994) видали працю «Поліпшення соціальної компетентності», у якій дослідники стверджують, що соціальнокомунікаційна поведінка (або дослівно «поведінка соціальної комунікації») є специфічною. Автори виявили ряд важливих соціальних дій, які комунікативно компетентні діти використовують у вербальній взаємодії з однолітками. Деякі принципові соціальні дії включають введення однорідних груп, спільну роботу з колегами, пояснюючу поведінку, здатність вирішувати конфлікти, наявність навичок ведення переговорів. Здатність виконувати перелічені дії в певних соціальних ситуаціях доводить, на думку П. Кемпбелл і Дж. Сіперстейн, положення про те, наскільки ефективно в дитини інтегровані основні компоненти процесів і здібностей. Дослідник М. Гуральник (Guralnick, 1999) стверджує, що за діями дитини, яка ефективно й належним чином використовує перелічені комунікативні дії в соціальній взаємодії (або в ізоляції, або в комбінації), судитимуть про те, наскільки комунікатор є соціально компетентним.

Пояснюючи суть своєї моделі соціальної компетентності та роль у ній соціальної комунікації, П. Кемпбелл і Дж. Сіперстейн повідомляють про те, що істотним напрямком їхньої моделі соціальної комунікації є акцент на динамічні взаємозв'язки між такими компонентами: мова, соціальнокогнітивна й виконавча функції. Власне, суть соціальної комунікації, на думку дослідників, є успішна інтеграція і виконання цих основних компонентів по відношенню до важливих екологічних змінних і вимог. Соціальні інтерактивні контексти є

основою для інтерпретації й ефективності та доцільності дитячої соціальнокомунікативної поведінки.

Комуникативні відмінності, які існують серед дітей повинні бути відображені у важливі соціальні взаємодії, такі як введення однолітків або вирішенні конфлікту, коли продуктивність й очікування варіюються в залежності від екологічних вимог.

П. Кемпбелл і Дж. Сіперстейн вважають, що ефективність і доцільність, з якою діти використовують мову, щоб вирішити різноманітні проблеми соціального характеру, є основою для визначення товариської компетентності дитини.

Дослідження соціальної комунікації як соціальної компетенції в концепції дослідників Вашингтонського університету підтримують Н. Крайк і К. Додж (Crick, N., & Dodge, K., 1994). Учені запропонували соціальну когнітивну модель обробки для пояснення того, як діти формують власну концепцію світу й як вони міркують про власний соціальний світ. Запропонована модель має шість взаємопов'язаних основних процесів участі в соціальній діяльності. Автори моделі стверджують, що труднощі під час реалізації взаємодії в соціальній комунікації, можуть стимулювати прийняття стратегій спілкування, які не будуть відповідати оптимальному рівню взаємозв'язку.

Серед шести згаданих взаємопов'язаних процесів моделі Н. Крайка і К. Доджа (Crick, N., & Dodge, K., 1994) такі:

- кодування відповідних соціальних сигналів;
- акуратні контекстні підказки за значенням інтерпретації;
- виявлення й вибір цілей;
- врахування й вибір можливих соціальних стратегій;
- оцінка наслідків вибору конкретних стратегій;
- моніторинг й оцінка ефективності соціальних стратегій.

На думку Н. Крайка і К. Доджа (Crick, N., & Dodge, K., 1994) запропонована ними модель соціального пізнання дає задовільне пояснення базових знань, що необхідні для виконання соціальної комунікативної поведінки.

Отже, аналіз сучасної моделі соціальної компетенції, запропонованої дослідниками Вашингтонської школи соціальних комунікацій, дозволив нам виокремити такі її ідентифікаційні ознаки:

1) істотним напрямком моделі соціальної комунікації є акцент на динамічні взаємозв'язки між такими компонентами: мова, соціальнокогнітивна й виконавча функції (П. Кемпбелл і Дж. Сіперстейн);

2) соціальна когнітивна модель обробки слугує для пояснення того, як діти формують власну концепцію світу й як вони міркують про власний соціальний світ, а труднощі, що виникають під час реалізації взаємодії в соціальній комунікації, можуть стимулювати прийняття стратегій спілкування, які не будуть відповідати оптимальному рівню взаємозв'язку (Н. Крайк і К. Додж);

3) діти повинні мати базові й розширені можливості в застосуванні семантики, або значення слів; синтаксису, або структури мови; в прагматиці, або у використанні мови (Ф. Грешам);

4) успішні міжособистісні стосунки вимагають здатності оцінити синоніми, аналогії, ідіоми й інші форми образної мови (Ф. Грешам);

5) шкільний вік соціальної комунікації також вимагає вживання адекватного синтаксису для формування складних речень, розуміння об'єкту під час породження складних конструкцій, особливо вбудованих речень, необхідних для розробки абстрактних ідей, які є можливими під час соціальної взаємодії (Ф. Грешам);

б) прагматика може бути найважливішим компонентом мови, оскільки вона стосується соціальної комунікації (Ф. Грешам);

7) виконавчими функціями є процеси прийняття рішення й планування, що виникають на початку отримання завдання або перед новим завданням, такі процеси охоплюють широкий спектр можливостей, що дозволяє враховувати «всі контексти й зміст доменів» (Б. Сінглер й А. Бейшір).

Висновки

На початку дослідження ми визначили мету: довести думку про те, що соціальні комунікації можуть розглядатися як соціальна компетенція в концепції дослідників П. Кемпбелл, Дж. Сіперстейн, Н. Крайк, К. Додж із Вашингтонського університету (США). Мета була доведена повною мірою. Дійсно, соціальні комунікації можуть розглядатися як соціальна компетенція в концепції згаданих дослідників.

Нами було встановлено, що дослідники Вашингтонської школи соціальних комунікацій зосередили свою увагу на таких декількох моментах:

1) соціальна комунікація (термін вживається в однині) досліджує комунікаційну компетентність, або здатність до соціальних дій дітей, уражених як вродженими, так і соціально зумовленими порушеннями психіки;

2) соціальні комунікації розглядаються і в соціальній взаємодії дітей з аутизмом; для зручності аналізу таких взаємодій дослідники Вашингтонської школи запропонували модель соціально-комунікативної компетентності;

3) слід вивчати соціальнокомунікаційну поведінку, як дії, що відбивають здібності дитини до соціального пізнання й мови;

4) соціальна комунікація дітей із відхиленнями, повинна акцентувати увагу на динамічних взаємозв'язках між такими компонентами: мова, соціальнокогнітивна й виконавча функції;

5) соціальна комунікація повинна вивчатися завдяки безпосередньому спостереженню за поведінкою дітей є корисними для методології диференціації дітей із дефіцитом соціальної комунікації, оскільки спостереження за дітьми в

природних умовах дозволяє виявити нетривіальні проблеми і до збору даних, і до скорочення обсягу отриманих даних;

6) соціальні й комунікативні навички є взаємними, оскільки поліпшення однієї навички провокує розвиток іншої;

7) рівень соціальної компетентності дитини слід оцінювати в контексті соціально значущих форм поведінки;

8) для покращення соціально-комунікаційної компетентності під час навчання дітей важливу роль відіграє мовлення вчителя;

9) діти з дефіцитом соціальної комунікації повинні навчатися основам семантики, синтаксису й прагматики мовлення;

10) опанування навичками соціальної комунікації неможливо без здійснення виконавчих функцій, якими є процеси прийняття рішення й планування, що виникають на початку отримання завдання або перед новим завданням.

Перспективи подальших досліджень

У подальших дослідженнях слід детально вивчити досвід і результати практичних корекцій соціальної комунікації дітей не лише 5–6 років, але дітей і підлітків від 7 до 18–20 років від народження. Варто порівняти отримані результати корекції здатностей до здійснення навичок соціальної комунікації описаної вже вікової групи 1 (від 1 року до 5–6 років від народження) і групи 2 (віком від 7 до 18–20 років від народження).

Подяки

Під час написання статті ми звернулися до доктора філологічних наук Георгія Почепцова й доктора філологічних наук Володимира Різуна, які надали нам інформацію про своє бачення соціальних комунікацій, що допомогло нам усвідомити глибину згаданих процесів.

Ми вдячні своїй дружині – кандидату філологічних наук Ганні Холод, поради й зауваження якої ми врахували під час формулювання думок про процеси соціальних комунікацій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вашингтонський університет, кафедра наук про мовлення та слух [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://depts.washington.edu/soccomm/model.html> (дата звернення: 1.02.2016). – Назва з екрану.
2. Campbell, P., & Siperstein, G. (1994). Improving social competence: a resource for elementary school teachers. Needham heights, MA: Allyn & Bacon, Simon & Schuster Education Group.
3. Chung, T., & Asher, S. (1996). Children's goals and strategies in peer conflict situations. *Merrill-Palmer Quarterly*, 42, 125–147.
4. Crick, N., & Dodge, K. (1994). A review and reformulation of social information-processing mechanisms in children's social adjustment. *Psychological Bulletin*, 115, 75–104.
5. Gresham, F. (1998). Social skills training with children. In T. S. Watson & F. Gresham (Eds.), *Handbook of child behavior therapy* (pp. 475–497). New York, NY: Plenum Press.
6. Guralnick, M. J. (1999). Family and child influences on the peer-related social competence of young children with developmental delays. *Mental Retardation and Developmental Disabilities*, 5, 21–29.
7. Kovarsky, D. & Damico, J.S. (1997). Language and context: Some issues of practice. *Language, Speech, and Hearing Services in Schools*, 28, 308–313.
8. Olswang, L., Coggins, T. & Timler, G. (2001). Outcome measures for school-age children with social communication problems. *Topics in Language Disorders: Alternative Measures for Evaluating Treatment Outcomes*, 22, 50–73.

REFERENCES:

1. Washingtons'kiy unіversitet, kafedra nauk pro movlennya ta slukh [Yelektronniy resurs]. - Rezhim dostupu: <https://depts.washington.edu/soccomm/model.html> (data zvernennya: 1.02.2016). - Nazva z yekranu.
2. Campbell, P., & Siperstein, G. (1994). Improving social competence: a resource for elementary school teachers. Needham heights, MA: Allyn & Bacon, Simon & Schuster Education Group.
3. Chung, T., & Asher, S. (1996). Children's goals and strategies in peer conflict situations. *Merrill-Palmer Quarterly*, 42, 125–147.
4. Crick, N., & Dodge, K. (1994). A review and reformulation of social information-processing mechanisms in children's social adjustment. *Psychological Bulletin*, 115, 75–104.
5. Gresham, F. (1998). Social skills training with children. In T. S. Watson & F. Gresham (Eds.), *Handbook of child behavior therapy* (pp. 475–497). New York, NY: Plenum Press.
6. Guralnick, M. J. (1999). Family and child influences on the peer-related social competence of young children with developmental delays. *Mental Retardation and Developmental Disabilities*, 5, 21–29.
7. Kovarsky, D. & Damico, J.S. (1997). Language and context: Some issues of practice. *Language, Speech, and Hearing Services in Schools*, 28, 308–313.
8. Olswang, L., Coggins, T. & Timler, G. (2001). Outcome measures for school-age children with social communication problems. *Topics in Language Disorders: Alternative Measures for Evaluating Treatment Outcomes*, 22, 50–73.

Роділ 1.6.
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІДЕЙ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
У КИЇВСЬКІЙ І ХАРКІВСЬКІЙ НАУКОВИХ ШКОЛАХ

Організаційне формування теорії
соціальних комунікацій в Україні

Починаючи з 2007 року активну участь у розробці основних положень теорії соціальних комунікацій (далі — ТСК) взяли участь члени експертної ради із соціальних комунікацій при Вищій атестаційній комісії України (ВАК України). Серед них були такі відомі дослідники різних галузей знань:

- журналістикознавство (В. Різун, В. Владимиров, В. Зелінська, С. Квіт, І. Михайлин, Б. Потятиник, К. Серажим, О. Холод, Б. Черняков);
- історія (В. Ільганаєва, М. Романюк);
- літературознавство (І. Михайлин);
- політологія і психологія (В. Бебик);
- державне управління (С. Чукут).

Пізніше до когорти теоретиків, що розробляли положення майбутньої теорії соціальних комунікацій офіційно приєдналися дослідники з документознавства й архівознавства; книгознавства, бібліотекознавства й бібліографознавства; видавничої справи й редагування; зв'язків із громадськістю й реклами; соціальної інформатики тощо. Але, не будучи ще об'єднаними в одній науковій галузі «Соціальні комунікації», дослідники багато років до згаданої події працювали у філології, психології, політології, історії, соціології тощо.

Теорія соціальних комунікацій у працях Валерія Горового

Багато років на ниві соціальних комунікацій працює Валерій Микитович Горовий – доктор історичних наук, кандидат філософських наук, професор, заступник генерального директора Національної бібліотеки України імені В. Вернадського. Досвід дослідницької роботи В. Горовий відбив у своїх багатьох наукових працях, серед яких є роботи, присвячені теоретичним аспектам розвитку соціальних комунікацій.

2005 року дослідник видав книгу «Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства», а 2010 – «Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс». В останній праці В. Горовий, аналізуючи соціальні структури й соціальні комунікації, пропонує свій погляд на соціальні комунікації як предмет дослідження.

По-перше, В. Горовий вважає, що соціальні комунікації є засобом соціального інформування. На початку праці дослідник спирається на вчення Ф. Енгельса про трансформацію мозку людини впродовж багатьох тисячоліть і нагадує, що така трансформація відбулася завдяки необхідності первісної людини передавати інформацію. Біологічні механізми, як вважає В. Горовий, наслідуючи ідеї Ф. Енгельса, у процесі еволюції були вдосконалені для здійснення «комунікації соціалізованих тварин» (вислів належить В. Горовому). Такі біологічні механізми, на думку дослідника, були «сконцентровані в протолюдини в первісні механізми соціальної комунікації людей».

По-друге, за твердженням В. Горового, у людей і тварин є невеликі зовнішні відмінності між біологічними механізмами соціальної комунікації.

Хоча автор визнає, що саме згадані механізми на початку розвитку людини в її еволюції «набули цілого ряду суттєвих змін, що стали важливим фактором процесу, який забезпечив у кінцевому підсумку істотну перевагу людини над тваринним світом». До факторів, що свідчать про таку перевагу, В. Горовий відносить декілька:

1) мозок людини більш здатний був фіксувати ті зміни навколишнього середовища, які відбувалися впродовж еволюції; останнє змусило мозок людини формувати уявлення про предмети й процеси на іншому рівні, аніж це відбувалося у тварин; передавання інформації про такі уявлення людини відбувалися вже не лише завдяки звуковим сигналам як це здійснювали тварини;

2) із розвитком мозку в первісних людей у ході еволюційних змін розвивалася й пам'ять, яка дозволяла передавати більший обсяг інформації; розвиток пам'яті в людей збільшив їхні можливості пристосовуватися до ворожого оточуючого середовища шляхом удосконалення житла, знаряддя праці, зброї;

3) життєіснування людини в гурті, колективі давало можливість налагоджувати комунікацію швидше й краще, ніж це можливо було робити окремим індивідам; життя в колективі, на думку В. Горового, дозволяє вдосконалюватися мозку людини; групові дії мисливців під час полювання повторювалися в імітації його, коли людина готувалася до здобування поживи; поступово втрачаючи первинні значення, такі імітації набували символічного значення й передавалися від покоління до покоління завдяки знакам і звукам, малюнкам, а пізніше й літерам алфавіту; у такому руслі в племен з'являються «колективні емоції і стають певною школою соціального емоційного самовиховання»; В. Горовий зазначає, що звукова основа сучасної системи соціальних комунікацій і сьогодні вдосконалюється людиною; дослідник

висловлює таку думку: «У результаті усвідомлених тренувань вона (людина) розширює спектр своїх голосових можливостей», удосконаленню підлягає й корекція тіла, м'язової системи тощо;

4) удосконалення людини відбувається, на думку В. Горового, завдяки успішному абстрагуванню людини від конкретних дій, процесів і явищ; людина починає унаочнювати процес навчання, передаючи власний досвід іншим поколінням; символічні зображення предметів побуту розвивали абстрактне мислення людини, яка поступово доходить до об'єктивної потреби фіксації набутого досвіду; так саме й виникає, за твердженням В. Горового, письмо.

По-третє, В. Горовий у своїй концепції соціальних комунікацій вважає, що перехід тваринного стану приматів до виду людини розумної відбувався під час ефективного функціонування двох комунікаційних систем, а саме: біологічної й соціально-біологічної. У людства виникає система соціальних інформаційних комунікацій, яка виражається, за твердженням В. Горового, у можливостях вдосконалювати обмін інформацією за «допомогою жестів, голосу, письма тощо». Дослідник вважає суттєвим проривом у розвитку людини виникнення письма, що дозволило їй передавати досвід від покоління до покоління. У зв'язку із зазначеним В. Горовий висловлює застереження щодо негативної ролі науково-технічного прогресу, який, з одного боку, розширює «одержання життєво важливої, якісної інформації для сучасної людини», а з другого боку, не сприяє ефективному розвитку знаряддя праці й «на певному проміжку людської історії послаблює або ж і повністю віднімає корисні властивості людини біологічної, що в процесі розвитку можуть знову стати потрібними в перспективі». У зв'язку із ослабленням біологічних можливостей сучасних людей, спричинених науково-технічним прогресом, у дослідника викликає занепокоєння тим, що людина поступово втрачає своє значення, а її органи «відповідно до законів природної доцільності» починають

атрофовуватися. Такий процес відбивається на генному рівні. В. Горовий висловлює впевненість у тому, що сучасній людині із часом ще можуть знадобитися біологічні здібності, які вона втрачає, оскільки зовнішні природні зміни постійно нагадують про себе. Людина, на думку вченого, віддаляється від природи: у неї послаблені деякі природні функції, а деякі, навпаки, посилюються. Удосконалюючи соціальні навички, людина втрачає імунітет. Звертаючи увагу на описане В. Горовим критичне ставлення до людського удосконалення пізнавальних можливостей, слід зауважити, що дослідник наполягає на думці про те, що людина сучасна повинна підтримувати передавання соціально-біологічного досвіду заради збереження існування людини. Система соціально-біологічних комунікацій дозволяє сучасній людині одержувати «певні уявлення про санітарію та гігієну», що забезпечує тривале функціонування її в суспільстві.

По-четверте, на думку В. Горового, соціальні комунікації «забезпечують функціонування людини як складника суспільного організму». Разом із ускладненням структури суспільства ускладнюється й система соціальних комунікацій. Дослідник, вважаючи людину біологічною істотою, вважає, що вона «послугується біологічними комунікаціями». Як соціально-біологічна істота людина «використовує біологічні системи комунікацій». Паралельно з останніми людина використовує й штучні системи комунікацій із матеріальною основою (В. Горовий відносить до таких мову, символи, малювання, письмо). Матеріальною основою соціальних комунікацій дослідник пропонує вважати «виготовлені людиною матеріальні носії інформації та засоби керування наявними інформаційними ресурсами».

По-п'яте, В. Горовий піддає критиці спроби деяких авторів заплутати уявлення про соціальні комунікації. Така плутанина відбулася, на думку дослідника, у зв'язку зі змішуванням уявлень про функціональне значення цих

каналів внутрішньосупільного спілкування зі змістом інформації, що розповсюджується з їхньою допомогою». Як приклад, автор наводить підхід до визначення соціальної комунікації, означений працями російського дослідника А. Соколова (останній робить висновок про те, що люди в минулому «обожнювали слово», що привело до твердження про «обожнювання комунікації»). В. Горовий відстоює позицію, згідно з якою не слово було засобом соціальних комунікацій у дописемний період розвитку людства, а ритуал. Пізніше, на думку дослідника, ритуал почав супроводжуватися словом і лише тоді слово набуло сучасного значення засобу соціальних комунікацій. До того ж, як стверджує В. Горовий, «у процесі чисельного збільшення людських співтовариств і зростання у зв'язку із цим потреби в ефективній соціальній скоординованості, передача системи духовних цінностей, а також найбільш загальної інформації, пов'язаної з трудовою діяльністю, боротьбою з небезпеками зовнішнього світу, стала поширюватись по лінії горизонтальних міжособистісних зв'язків, також освячених традицією, досвідом попередніх поколінь».

По-шосте, як вважає В. Горовий, із розширенням впливу людини на природу розширювалася й інформація, що була пов'язана з конкретною галуззю діяльності, удосконалювалися навички оперування процесами. Виникла необхідність збереження великої кількості інформації, набутої в ході соціальних практик людини. До того ж, у кожній галузі життєдіяльності людини розроблялася своя комунікаційна специфіка. Отже, як стверджує В. Горовий, знадобилася система збереження інформації, яка з часом удосконалює «комунікаційні можливості» (термін В. Горового) всередині соціальних груп, а також «сприяє забезпеченню вдосконалення системи обмінів інформацією в загальносоціальному вимірі».

По-сьоме, на думку В. Горового, осмислення «явища соціальної комунікації» впродовж багатьох років не здійснювалося належним чином. Дослідник посилається на спроби мислителів античності вивчати мову-логос, яка, на його думку, пов'язана із соціальними комунікаціями. І вказує на те, що пізніше дослідники ув'язували із соціальними комунікаціями здобутки «логіки, лінгвістики, мовознавства, соціології, соціальної психології ХХ ст., документалістики, історичних наук та мистецтвознавства». В. Горовий вважає, що «фактично до середини ХХ ст. не сформувався відповідний суспільний запит, що міг би підштовхнути дослідницьку роботу в даному напрямі». Вчений пояснює, що такий запит сформувався разом із збільшенням потоків інформації, яку потрібно було обробляти й транслювати, упорядковувати й зберігати.

По-восьме, як вважає В. Горовий, разом із збільшенням потоку інформації, який сприймає людина сьогодні, комунікація набуває нової ролі: вона стає складником «освоєння навколишнього середовища біологічними об'єктами». Комунікації в різних галузях життєдіяльності людини утворюють множину і є процесом, що відбувається для передачі такого ресурсу, який є «необхідним для існування системи та її розвитку». Саме тому комунікацією В. Горовий називає процес «усталених обмінів у складних системах і між однотипними системами, що забезпечує існування й розвиток даних систем».

По-дев'яте, В. Горовий вважає «характерною особливістю комунікацій у складних системах... те, що вони орієнтовані на передавання конкретного виду матеріального ресурсу всередині даної системи, необхідного для неї в її функціонуванні, і не можуть використовуватись за межами свого призначення».

По-десяте, дослідник вважає, що поняття «інформаційні комунікації» слід вживати по відношенню до людини як соціально-біологічної істоти. Якщо розглядати людину як елемент соціальної системи, слід, на думку В. Горового,

людину як соціальну істоту. І перший аспект (людина – соціально-біологічна істота), і другий аспект (людина – соціальна істота) передбачають об’єктивну необхідність вважати, що об’єктом «передачі в даних механізмах виступає інформація». Поступово інформація набуває самостійного характеру в системі соціальних комунікацій і виконує роль соціально-інформаційних комунікацій.

По-одинадцять, В. Горовий пропонує диференціювати інформаційні комунікації на символічні, звукові, рукописні, ті, що передаються на паперових носіях, у кіно- та фотодокументах, і тих, що «пов’язані з використанням електронних інформаційних технологій». Дослідник називає запропоновану ним класифікацію умовною й такою, що здійснюється «для забезпечення більш чіткого уявлення про механізми впливу зовнішнього світу на її організм і внутрішній світ».

По-дванадцять, слід прийняти думку В. Горового про те, що з часом структура соціальних інформаційних комунікацій удосконалюється й залежить від як ефективності її збереження й передачі, так і від ефективності її сприйняття.

Співвіднесення соціальних комунікацій

і соціального й комунікативного інжинірингу в працях Г. Почепцова

Георгій Георгійович Почепцов — один із ключових дослідників проблем комунікаційного інжинірингу й ідей соціальних комунікацій в Україні. До праць автора, у яких він аналізує процеси соціальних комунікацій, слід віднести «Комунікаційний інжиніринг» (2008), «Соціальний інжиніринг: соціо- та психотехніки» (2010).

До авторства Г. Почепцова також відноситься і стаття «Соціальні комунікації і нові комунікативні технології» (2010). Аналіз останньої статті

свідчить про те, що Г. Почепцов вважає соціальні комунікації такими, що «налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього як короткотривалий (тактичний), так і довготривалий (стратегічний) інструментарій».

Більш детальне тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцов подає в іншій праці й називає їх не наукою, а видом «соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій, а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу).

У праці «Соціокомунікації і соціосистеми» Г. Почепцов називає соціальні комунікації «соціокомунікаціями» й пропонує визначення соціальних комунікацій у такому формулюванні: «соціокомунікації, або соціальні комунікації, є об'єднуючим поняттям для всіх комунікацій соціосистеми – приватних і публічних. Будь-яка комунікація сприяє соціалізації, оскільки збільшує область загальних знань і дій людей».

Дослідник визначає завдання, які зазвані виконувати соціокомунікації, і перелічує її:

- «утримувати існуючий стан соціосистеми,
- переводити соціосистеми в новий стан,
- активувати або блокувати певні параметри соціосистеми».

На думку Г. Почепцова соціокомунікації необхідно диференціювати на два типи:

- 1-ий тип — «синхронні (у межах одного покоління);
- 2-й тип — діахронні (пов'язані з минулим).

До першого типу автор відносить комунікації між живими, до другого типу – між живими й мертвими (наприклад, книги й інші комунікативні продукти, що були створені в минулому).

Між соціальними комунікаціями в тлумаченні Г. Почепцовим, комунікативним інжинірингом і соціальним інжинірингом існує зв'язок. У своїй праці «Комунікативний інжиніринг: теорія і практика» (2008) Г. Почепцов, за словами видавця, повідомляє про те, що комунікативний інжиніринг «спрямований на доставку потрібних смислів заданим цільовим аудиторіям». Такими можуть бути й «революційні смисли, які здатні трансформувати суспільство, як це не раз бувало в історії людства..., можуть бути й заспокійливі смисли, які ми бачимо, наприклад, у «мільній опері» й деяких інших розважальних жанрах». Слід згадати про те, що Г. Почепцов тлумачить соціальні комунікації не наукою, а видом «соціальної (гуманітарної) інженерії» (яка не існує без комунікації).

Слід вбачати в комунікативному інжинірингові вид соціального інжинірингу. На думку фахівців із видання «Альтпрес», комунікативний інжиніринг є новою «спеціалізацією в області комунікативних наук». Також автори впевнені, що комунікативний інжиніринг є різними способами «побудови комунікативних мереж для вирішення соціальних, військових, політичних, дипломатичних, економічних завдань». Таким чином, соціальні комунікації автором пов'язуються з комунікативним інжинірингом. Різниця між соціальними комунікаціями й комунікативним інжинірингом не обговорюється Г. Почепцовим.

Оскільки соціальні комунікації реалізуються завдяки соціальнокомунікаційним технологіям, остільки необхідно аналізувати їхні різні види, групи й типи. До одного з частотних, активно використовуваних типів соціальнокомунікаційних технологій Г. Почепцов відносить ті, що

спрямовані на пропаганду. У трьох статтях, опублікованих 2016 року на сайті «Mediasapiens.kiev.ua», Г. Почепцов описує 15 соціальнокомунікаційних технологій, спрямованих на ведення пропагандистської й інформаційної війни. Дослідник пропонує такий перелік соціальнокомунікаційних згаданих технологій:

- 1) руйнування інформаційного монополізму;
- 2) перерозподіл інформаційної ваги ігроків;
- 3) створення керованих масових єдностей;
- 4) керування сприйняттям;
- 5) керування героїкою;
- 6) керування ворогами;
- 7) маніпуляція джерелами інформації;
- 8) керування парадоксальністю;
- 9) керування каналом комунікації;
- 10) керування фреймами;
- 11) керування розважальністю;
- 12) керування сакральністю;
- 13) керування технологіями для здійснення пропаганди;
- 14) керування історією;
- 15) керування за допомогою великих масивів інформації.

Перелічені нові технології, на думку Г. Почепцова, «дозволяють порушувати інформаційний порядок, який вже склався» під час здійснення нових соціальних комунікацій. До того ж, як вважає дослідник, «у голові людини є еквівалентність інформаційної й фізичної картини світу», і «саме тому зміни в інформаційному уявленні вона автоматично переносить на реальність». Звідси, зміни соціальних комунікацій залежні від змін в уявленнях

людей, що у свою чергу знаходиться в прямій залежності від змін у реальному світі.

Соціальні комунікації здійснюють соціальний інжиніринг. На думку Г. Почепцова, «структура (економіка) інформації відрізняється від структури (економіки) знань. Якщо інформація може базуватися на одному спостереженні, то знання потребують більшого числа спостережень». Дослідник підсумовує: «кожна маніпуляція намагається подати свою інформацію як знання». Г. Почепцов яскраво ілюструє тезу декількома прикладами соціальнокомунікаційних технологій. Оскільки реклама «закладає свою інформацію в мозок споживача, щоб «увімкнути» її в момент потреби, що виникає», спрацьовує те, що дослідник називає «перехід»: «реклама зубної пасти на екрані — бренд полицки в супермаркеті». Цікавим слід вважати зауваження Г. Почепцова: «за два тижні джерело інформації стирається з пам'яті й перетворюється з інформації в знання». Таким чином соціальні комунікації (завдяки рекламі) конструюють поведінку споживача (іншими словами, здійснюють соціальний інжиніринг споживача).

Так само соціальні комунікації можуть створювати потрібний дискурс. Така думка ілюструється прикладом Г. Почепцова, який пригадає пропагандистський інструмент (технологію) радянських часів. У маловідомій газеті, наприклад, в Індії, подається інформація як знання про певний предмет обговорення. Через деякий час радянські авторитетні газети передруковують ідеологічно потрібний (і заздалегідь підготовлений) матеріал з індійської газети з посиланням на джерело. Жодного обману немає: реально існує індійська газета, яка подала інформацію про певний дискурс, а радянські інформаційні агентства лише передрукували таку інформацію. У наведеному прикладі спостерігається маніпуляція з джерелом, що Г. Почепцов називає маніпулятивною технологією. Надалі, після обробки отриманої з індійської

газети інформації, радянська влада приймає відповідне рішення, оскільки дискурс того вимагає. Г. Почепцов вдало зазначає, що інтернет сьогодні створює множинність джерел і є масовим говорінням, оскільки «викинути» в інтернеті свою думку сьогодні коштує досить дешево.

Цікавим ефектом сьогодні в інтернеті є троллінг, який дозволяє будь-кому «конструювати» (здійснювати соціальний інжиніринг) реальність за власним бажанням, записуючи «потрібні» думки (застосовувати соціальні комунікації) заради подразнювання удаваного опонента під час віртуальної розмови-суперечки. Троль (той, хто здійснює троллінг як стимулювання суперечок) створює своїми неістинними аргументами неістину інформацію про «реальність», наприклад, перекируючи факти історії. «Жертва», або «м'ясо» (той, хто втягується в обговорення з тролем і має протилежну точку зору) прагне «вивести на чисту воду» троля, але перебуває непомітно для себе в ірреальному світі спалюваних фактів, завдяки яким троль створив неправдиву інформацію. Соціальний інжиніринг відбувається на очах у троля і його жертви завдяки соціальним комунікаціям, які реалізуються за допомогою соціальнокомунікаційної технології троллювання.

У межах соціального інжинірингу Г. Почепцов розглядає метод блокування раціональності, який він називає «керування парадоксальністю». Здійснюється такий метод (варто його називати «соціальнокомунікаційна технологія») завдяки введенню в реальність неочікуваних тактик, моделей поведінки тих, від кого очікували лише традиційно налаштовані консервативні соціальні комунікації. Г. Почепцов наводить приклад, коли під час «перестройки» радянські керівники вирішили припинити глушіння західних радіостанцій. У зв'язку із цим потребувалося на екранах телебачення «запустити» нові молодіжні проекти, аби «притягнути» увагу молоді до парадоксально нового телепродукту й відволікти їх від слухання «ворожих

голосів» із Заходу. Молодь періоду «перестройки» не очікувала появи досить несподіваної на той час телепрограми «Взгляд», ведучі яких сміливо й критично виступали проти застійних соціальних процесів в економіці, політиці, науці, культурі й спорті тощо. Несподіваність мала парадоксальний характер ще й тому, що телепрограма «Взгляд» починалася за півгодини до півночі й завершувалася біля другої години ночі. До виходу телепрограми все телемовлення в СРСР припинялося о 23.30–24.00. Г. Почепцов, аналізуючи соціальнокомунікаційну технологію керування парадоксальністю, зауважує: «Виходить, що парадоксальність людини, факту, теорії захоплює нас і не дає можливості увімкнути критичне мислення». Саме завдяки описаній соціальнокомунікаційній технології «Управління парадоксальністю» в пізньому СРСР відбувалася спроба здійснення соціального інжинірингу.

Згадуючи соціальні практики в галузі пропаганди за часи СРСР, Г. Почепцов зауважує, що комунікація була здатна виконувати роль інструменту трансформації суспільства. Але за часи СРСР ще не було дигітальної (від англ. digital — цифровий) інформації, яка розповсюджується електронними пристроями (гаджетами). Дослідник вказує на те, що пропагандистам слід взяти на озброєння швидкість сприйняття користувачами-читачами дигітальної інформації і швидкість прийняття рішення тими, хто сприймає дигітальний текст. Г. Почепцов пропонує технології, побудовані на дигітальних каналах розповсюдження інформації, називати керуванням каналом комунікації (ККК), «коли певні типи меседжів можуть подаватися одним каналом, інші – іншим».

Соціальний інжиніринг фіксується на рівні подавання інформації в різних форматах-фреймах. Г. Почепцов ілюструє соціальнокомунікаційну технологію керування фреймами й називає її «метод керування фреймами» (метод КФ). Суть дії згаданої технології соціального інжинірингу полягає в тому, що в медіа споживачеві інформації пропонують епізодичну інформацію (за Г. Почепцовим,

– «епізодичний фрейм»), яка має свій певний дискурс, системне пояснення (за Г. Почепцовим, – тематичний фрейм»). В епізодичному фреймі аудиторія «бачить» лише фрагмент реальності й не має можливості відтворити причини й наслідки такого фрагменту. Винним у негативному фрагменті реальності виявляється конкретний суб'єкт. Коли ж медіа подає тематичний фрейм, винним у наявності негативних епізодичних фреймах стає соціальна інституція, держава насамкінець. Саме тому, підсумовує Г. Почепцов, пересічному реципієнтові демонструють переважно епізодичні фрейми, які не є системою, які не дозволяють ув'язати багато епізодичних фреймів у єдине ціле, у єдину систему. Застосування соціальнокомунікаційної технології керування фреймами є продуктивною для будь-якого політичного режиму, метою якого є керування суспільством, диктат влади.

Аналізуючи роль і вплив технологій соціальних мереж на прийняття рішень, що змінюють суспільство, Г. Почепцов зазначає: «Техніка перестає бути всього лише технікою, коли від неї починають залежати вчинки й мотивації людей». Дослідник уточнює свою думку: «Якщо наявність тієї чи іншої технології починає впливати на політичні рішення, більш того, може призводити до зміни режиму в країні, це свідчить про те, що є зв'язка «технічне + політичне», що посилюючи те, що іменується технічним, ми можемо отримувати політичні результати». Отже, конструювання політичного (соціального) сьогодні залежить від технічного (технологій), які автор вбачає в соціальних мережах (наприклад, «Фейсбук», «Вконтакте», «Твіттер» тощо). Застосування соціальнокомунікаційних технологій соціальних мереж дозволить владі здійснювати ефективний контроль над суспільством, «будувати» (інженірувати) суспільство.

У справі соціального інжинірингу важливу роль виконує вміння керувати минулим. Г. Почепцов описує соціальнокомунікаційну технологію керування

минулим (КМ), посиляючись на думку історика Фарі, який свого часу був активним учасником Арабської весни. Фарі на прикладі Угорщини, яку він називає країною «з такою складною історією», ілюструє думку про те, що будь-яка країна могла б відшукати у своїй історії момент, коли вона не була «забруднена ні комунізмом, ні нацистською окупацією, ні громадянською війною». Такий момент, стверджує історик Фарі, може стати як «об'єднуючий інструментарій, на якому побудують свої надії на майбутнє». Отже, керування минулим як соціальнокомунікаційна технологія може, на думку Г. Почепцова, ефективно використовуватися пропагандистами для соціального інжинірингу.

Г. Почепцов у багатьох своїх наукових працях й популяризаторських статтях для медіа підкреслював і продовжує акцентувати увагу на тому, що соціальні комунікації завдяки соціальнокомунікаційним технологіям є інструментарієм для соціального інжинірингу.

Концептуальні погляди В. Різун на соціальні комунікації як інструмент соціального інжинірингу

В історії появи, становлення й розвитку наукової галузі «Соціальні комунікації» в Україні вагомий внесок зробив доктор філологічних наук, професор Володимир Різун, який від 2000 року очолює Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

В. Різун запропонував власний погляд на соціальні комунікації, який не є окремою стрункою теорією, але принципами й положеннями щодо потенційної теорії соціальних комунікацій.

Основні положення погляду В. Різун на соціальні комунікації подані у двох широковідомих статтях «До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці» (2010) й «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій»

(2011), а також у статті «Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії)» (2012).

В. Різун запропонував розглядати соціальні комунікації як «таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення й підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності». На думку автора, така діяльність «спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами». В. Різун зазначає, що, «з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії». Дослідник вважає, що згадані ним комунікації є «соціально маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей». В. Різун переконаний у тому, що «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільнокомунікаційної справи».

У праці «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій» В. Різун робить акценти й розглядає такі ключові питання.

1. Соціальні комунікації слід вивчати як практичну справу, що належить до «сфери соціальної інженерії (соціального інжинірингу)».
2. Соціальні комунікації необхідно розглядати як засоби ефективного зв'язку між соціальними інститутами.
3. Проектування й впровадження соціальних комунікацій є «справою соціального інжинірингу».

4. Соціальні комунікації є штучно витворені, «науково визначені шляхи, способи, засоби, принципи взаємодії, що утворюють комунікаційні мережі, призначені для забезпечення зв'язків у суспільстві».

5. Соціальні комунікації є роботою, що має «виробничо-технологічні форми», які передбачають наявність «комунікаційної індустрії у державі та на міждержавному рівні». Така індустрія, на думку В. Різуна, «тягне за собою підготовку кадрів, організацію умов праці, передбачає менеджмент комунікаційної діяльності, а також розвиток системи професійних знань про цю справу».

6. В. Різун вважає, що слід визнати соціальноінженірне вчення про «налагодження соціальних комунікацій, тобто наявність соціальнокомунікаційної справи».

7. Соціальні комунікації включені до соціальної інженерії.

8. Соціальні комунікації не є науками про комунікацію, але про «історію (виникнення й розвиток) вчення про соціальні комунікації, значення того виду соціальноінженерної справи, яку ми й назвали соціальнокомунікаційною». Соціальні комунікації є науками про «власне соціальні комунікації як продукт соціальнокомунікаційної справи».

9. На думку В. Різуна, соціальні комунікації мають можливість вивчати цілий перелік об'єктів. До таких автор відносить одинадцять, шість із яких наводяться далі: «комунікаційна діяльність соціальних інститутів та форми й види інституціалізації комунікаційної діяльності соціальних інститутів»; «соціальнокомунікаційні системи (мережі), їх функціонування, особливості, розвиток, оптимізація, модернізація»; «соціальнокомунікаційний продукт, його форми та види»; «технології виготовлення, збереження та дистрибуції соціальнокомунікаційного продукту»; «засоби соціальної комунікації»; «форми та методи модернізації й оптимізації соціальнокомунікаційної справи».

10. Соціальні комунікації, впевнений В. Різун, слід вважати зряддям, і підтверджує свою позицію думкою О. О. Леонтьєва, який вважав, що «мовлення не заповнює собою всього «діяльнісного» акту».

11. Науки про соціальну комунікацію не можуть функціонувати, заявляє з упевненістю В. Різун, без «даних сучасної загальної, спеціальної, теоретичної й прикладної комунікативістики».

12. За заявою В. Різун, соціальнокомунікаційна інженерія й науки про неї потребують нині систематизації знань.

13. Між комунікативістикою й соціальними комунікаціями є плутанина в поняттях та термінах, що їх означають.

14. В. Різун вважає, що слід принципово розрізнявати такі види спілкування, як: персональне, масове й соціальне. На думку дослідника:

– *персональне спілкування* виступає в «ролі функції людини як суб'єкта й використовується на операціональному, а не дієвому чи діяльнісному рівні її активності»;

– *масове спілкування* «має не персональний, а публічний характер», воно одновекторне, має суб'єктно-об'єктний характер і «піднімається вже до рівня системи дій»;

– *соціальне спілкування*, як занотовує В. Різун, «більш організований і технологічно обумовлений вид комунікації»; це діяльність, що «спрямована на встановлення та підтримання соціального зв'язку в суспільстві».

В. Різун пропонує здійснити «мета-аналіз» для «систематизації комунікаційних знань». У такій справі є принциповим, на думку автора, «розмежування термінів «соціальна (суспільна) комунікація» та «соціальні (суспільні) комунікації». Дослідник наполягає на думці про те, що «необхідно кваліфікувати й соціальні комунікації як автономну справу, про яку може бути наука, яка не дублює комунікативістики, а використовує її». У зв'язку із

зазначеним, В. Різун пропонує «соціальнокомунікаційнцю справу» назвати соціальнокомунікаційним інжинірингом, або теорією та історією соціальнокомунікаційного інжинірингу. Соціальні комунікації дослідник пропонує назвати «соціальнокомунікаційні мережі» чи «соціальнокомунікаційні системи».

Вживання слова «комунікація» в однині, на думку В. Різуна, має смисл тоді, коли мова йде про обмін інформацією, про міську комунікацію, наприклад, під землею. У множині слід, як вважає В. Різун, вживати термін «комунікація» лише тоді, коли обговорюються соціальні зв'язки. Звідси, варто, як пропонує дослідник, диференціювати поняття «матеріальна комунікація» (технічне з'єднання, наприклад, між будинками) й поняття «соціальні комунікації» (дія, взаємодія і відносини між елементами суспільства, соціальними елементами).

Виходячи з викладеного, В. Різун вважає, що термін «соціальна комунікація» може вживатися в двох значеннях, а саме:

- 1) «соціальна комунікація як різновид соціальних комунікацій»;
- 2) «соціальна комунікація... як різновид публічного спілкування, що є окремим видом суспільно-культурної діяльності й лежить в основі соціальних комунікацій».

Запропонована В. Різуні диференціація тлумачень терміна «соціальна комунікація» й уживання згаданого терміна в однині й множині повинні бути покладені в основу класифікації наук, що стосуються комунікації. Дослідник зауважує, що такий поділ «не є завершеним і достатнім».

Аналізуючи проблеми методології досліджень соціальних комунікацій, В. Різун вважає, що «організація наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій спирається на ідею проектування та конструювання соціальних мереж у системі соціального інжинірингу в частині, яка стосується

комунікаційної взаємодії як виду соціального зв'язку». Методологія наукової галузі «Соціальні комунікації» формується, на думку В. Різуна, «на такій сукупності понять, тверджень, принципів, способів, які стосуються прямо чи опосередковано «об'єднання» соціуму за допомогою спілкування».

За твердженнями В. Різуна, для вивчення соціальних комунікацій може бути актуальним соціальнокомунікаційний підхід. Автор вбачає суть методологічного підходу до вивчення соціальних комунікацій у «фіксації, моніторингу, описі, аналізі й інтерпретації даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу». На думку В. Різуна, комунікаційні об'єкти в соціальному вимірі повинні вивчатися з позицій таких методологічних положень:

1) «фіксація досліджуваного об'єкта в природній для нього системі суспільних координат (зв'язок із соціальною групою, фахом, віком, освітою, переконаннями, вірою тощо)»;

2) «спостереження за досліджуваним об'єктом у соціальних умовах»;

3) «експериментування з досліджуваним об'єктом у реальних або лабораторно відтворених соціальних умовах»;

4) «опис результатів спостережень чи експериментів відносно соціально заданих параметрів»;

5) «аналіз результатів досліджень у соціально заданому контексті»;

б) «соціально зорієнтована інтерпретація результатів аналізу».

В. Різун акцентує увагу на тому, що включення, наприклад, журналістикознавства й бібліотекознавства до наукової галузі «Соціальні комунікації» передбачає аналіз об'єктів і предметів дослідження «як особливих засобів соціальної інженерії».

Разом із тим, слід, на думку В. Різуна, врахувати, що реалізація соціальної інженерії може здійснюватися лише за допомогою технологічних процесів, технологій. Дослідник декларує: «...Успіх справи в організації соціальнокомунікаційних мереж великою мірою залежить від тих науково визначених шляхів, способів, принципів, знарядь, об'єктів та технік впливу, які й становлять основу тієї чи іншої технології». Автор вважає, що для соціальних комунікацій соціальнокомунікаційні технології є найважливішим об'єктом досліджень.

Дослідник В. Різун аналізує поняття «суспільна комунікаційна система», маючи на увазі «модель організації праці» й технологічну систему, «яка включає певну соціальну структуру як носія функцій комуніканта, об'єкт (суб'єкт) впливу — комуніката та засоби впливу (медіа тощо)».

Свої погляди на соціальні комунікації В. Різун висловив у статті «Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії)» (2012).

Автор вважає, що комунікація як явище є самодостатнім об'єктом дослідження. Виділення такого об'єкту дослідження відбулося завдяки різним наукам. І саме тому, на переконання В. Різуна, досі відбувається «непорозуміння серед науковців». Незважаючи на різні позиції й уявлення науковців про комунікацію як об'єкт дослідження, В. Різун стверджує: «Україна пішла по шляху виділення окремої наукової галузі («Соціальні комунікації») і створення метатеорії на основі знань інших наук». Разом із твердженням дослідника про відносну самостійність наукової галузі «Соціальні комунікації», необхідно пам'ятати про те, що «де-факто ця наука залишиться... залежною від поняттєво-категоріального апарату соціології, психології, філології, філософії тощо». В. Різун вважає, що вчення про соціальні комунікації належить «до сфери інженерних вчень», які завжди технологічно

спрямовані. В. Різун спирається на тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцовим: «Соціальні комунікації — це не наука, це вид соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій)», і В. Різун додає: «а принципово — соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу».

В. Різун вважає, що «статус інженерного вчення не принижує соціальні комунікації, але однозначно надає їм статусу ремесла, професійної діяльності, фахівці якої виступають у ролі комунікаційних технологів (комунтехнологів), соціальних інженерів». І саме тому дослідник робить висновки про те, що соціальна інженерія як вчення «займе гідне місце серед технічних наук, які складатимуться з соціально-технічних та матеріально-технічних наук».

На думку В. Різуна, «будь-який вид соціальної комунікації в цілому може підлягати дослідженню», наприклад:

- «із точки зору становлення цього виду (історичний підхід для вивчення становлення виду соціальної комунікації);
- з'ясування суспільної природи та форм існування соціальної комунікації й кожного її виду залежно від суспільно-політичних умов тощо (онтологічний підхід);
- дослідження функціонування компонентів, елементів, складників кожного виду соціальної комунікації та взаємозв'язків між ними (системний підхід);
- дослідження вияву того чи іншого виду соціальних комунікацій залежно від вибору конкретних суспільно-політичних умов серед наявних альтернативних умов, чинників (інформаційний підхід)».

Соціальнокомунікаційні дослідження сьогодні, як вважає В. Різун, вже можуть мати актуальні питання. Автор наводить декілька прикладів таких питань:

- «інституціоналізація, морфологізація, ієрархізація громади як суб'єкта-комуніката соціальних комунікацій;
- формування суб'єктно-суб'єктного підходу в системі соціального комунікування;
- протидія та ризики в соціальній комунікації, а саме ризики, які спричинені пасивністю суб'єкта-комуніката;
- вивчення механізмів перетворення суб'єкта комуніката на об'єкта;
- формування загальної, політичної, медійної культури в членів громади як способу боротьби з пасивністю громади».

В. Різун, обговорюючи питання розробки соціальнокомунікаційного підходу до вивчення явищ і процесів у межах соціальних комунікацій, вважає, що до «соціальнокомунікаційної парадигми принципів дослідження явищ обов'язково входить:

- 1) вивчення явища в контексті суспільної взаємодії суб'єктів спілкування;
- 2) визначення функціонального статусу явища в цьому контексті взаємодії;
- 3) визначення залежності явища від мети, завдань і характеру суспільної взаємодії».

Специфіка соціальних комунікацій, що реалізуються в три етапи соціального інжинірингу в концепції О. Холода

Одним з активних дослідників соціальних комунікацій в Україні є доктор філологічних наук, професор Олександр Михайлович Холод, який

запропонував метамодель маніпуляції суспільства в рамках теорії інмутації суспільства (ТІС) і соціальноінжиніриний аналіз (СІ-аналіз).

Олександр Холод пропонує визначати соціальні комунікації як інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві.

Соціальною інженерією О. Холод називає триєдиний комплекс процесів, спрямованих на:

- 1) *ідентифікацію* існуючих моделей соціальної активності (визначення одного оригінального явища, процесу з певної кількості інших, що є подібними до оригінального, але які відрізняються від нього);
- 2) за результатами ідентифікації *створення* нової (більш якісної) моделі соціальної активності суспільства;
- 3) *прагматизацію* у майбутньому дієвості й ефективності створених моделей соціальної активності суспільства.

Описаний триєдиний комплекс процесів О. Холод називає ***триєдиним принципом реалізації соціальної інженерії*** й ілюструє прикладами.

Приклад 1 – соціальна інженерія, що спирається на політичну активність суспільства.

Серед великої кількості моделей сучасної соціальної активності, що впливають на трансформацію свідомості суспільства, є процеси політичної активності. Одним із видів політичної активності є вибори. Під час виборів зацікавлені політичні суб'єкти використовують спеціально призначені соціальнокомунікаційні технології. Мета таких технологій – змінити свідомість суспільства в потрібному напрямку. Наприклад, політичні опоненти застосовують нечесні підрахунки голосів виборців із метою зміни

співвідношення між показниками кількості прихильників політичних суб'єктів, які є лідерами. За результатами таких підрахунків певна політична сила перемаже на виборах і почне змінювати на гірше (інмутовати) або на краще (мутувати) моделі поведінки суспільства. Іншими словами, на думку О. Холода, відбудеться трансформація свідомості суспільства. Автор називає нечесний підрахунок голосів виборців технологією «нечесних підрахунків». Саме процес виокремлення ознак нечесних підрахунків голосів виборців, а пізніше – іменування такого процесу дослідник називає ідентифікацією або першим процесом соціальної інженерії.

Другим процесом соціальної інженерії в прикладі О. Холода буде *створення* нової (більш якісної) моделі соціальної активності суспільства за результатами здійсненої ідентифікації. Нова модель соціальної активності повинна, на переконання автора, бути якіснішою за ту, яка буда ідентифікована. Шляхи покращення якості моделі соціальної активності суспільства можуть бути різними й спиратися на три вектори моделювання:

- 1) додавання до моделі декілька нових елементів;
- 2) трансформування моделі соціальної активності суспільства до критичної межі, після чого стара модель перетворюється на нову;
- 3) утворення нової моделі соціальної активності суспільства без урахування існуючих закономірностей і принципів побудови такої моделі.

У прикладі 1 моделі соціальної інженерії, що спирається на політичну активність суспільства, додаванням нових елементів до існуючої моделі буде, наприклад, як вважає О. Холод, перехід від виборів за партійними списками до моделі виборів за сумісним, комбінованим варіантом (і за партійними списками, і за мажоритарним принципом). Сама модель політичних виборів як політичної активності не змінена, лише доданий порядок виборів за мажоритарним принципом.

Трансформуючи існуючу модель політичних виборів президента, можна, упевнений О. Холод, настільки змінити модель соціальної політичної активності суспільства, що вона стане новою: треба, наприклад, запропонувати суспільству обирати президента не прямим способом завдяки поіменному голосуванню громадян України, яким виповнилося на день виборів 18 років, на виборчих дільницях по всій країні в один день, а шляхом таємного голосування членів парламенту країни. Таким чином, вважає О. Холод, зміниться/трансформується свідомість і моделі поведінки суспільства, модель соціальної політичної активності суспільства до критичної межі, після чого стара модель перетворюється на нову.

О. Холод передбачає: можливий також варіант, коли буде запропонована принципово нова модель соціальної політичної активності суспільства, яка не буде подібною до жодної з тих моделей, які існували й функціонували дотепер. Наприклад, кожний громадянин країни висловлює власну думку щодо політично-економічного устрою держави шляхом її разової фіксації у віртуальному вигляді в банку даних генеральної пам'яті суспільства. «Біологічно-електронний мозок людства» (термін О. Холода) самостійно визначає домінуючу позицію представників певної держави й оголошує своє рішення. Таке рішення не підлягатиме, впевнений автор, оскарженню чи скасуванню. Слід визнати в такому фантастичному варіанті принципово нову форму соціальної політичної активності суспільства, яка кардинально трансформує суспільство і його моделі поведінки.

Утворення нової (або трансформованої старої) моделі соціальної політичної активності суспільства не завершує, як вважає О. Холод, процес соціальної інженерії. Останнім етапом її є прагматизація в майбутньому дієвості й ефективності створених моделей соціальної політичної активності суспільства. Дослідник наводить приклад, коли фахівці соціальної інженерії, які

дотичні до створення певної моделі, прагматизують (розраховують певний ступінь впливу дії запропонованої ними моделі) зміни в суспільстві. На думку О. Холода, плануючи наслідки дії певної моделі соціальної політичної активності суспільства, фахівці соціальної інженерії доходять висновків про те, що вже нині слід готувати певні арсенали, ресурси для реалізації замисленого в майбутньому. Саме таким чином і здійснюється розвиток суспільства: завдяки їй через трансформацію свідомості суспільства.

Ефективним, на думку О. Холода, засобом трансформації свідомості суспільства слід вважати масові медіа (масмедіа).

Посилаючись на положення триєдиного принципу трансформації свідомості за рахунок соціальної інженерії, О. Холод вважає необхідним навести приклад, у якому яскраво ілюструвалася б дія згаданого принципу.

Приклад 2 – соціальна інженерія, що спирається на масмедійну активність суспільства.

У майбутньому з'явиться, на думку дослідника, потреба «вконструювання» у свідомість суспільства віри в те, що для відчуття щастя кожному працездатному члену суспільства необхідно відпрацювати за добу 10 годин на виробництві матеріальних цінностей і 6 годин на виробництві духовних цінностей. За триєдиним принципом реалізації соціальної інженерії, що спирається на масмедійну активність суспільства, вже нині слід здійснити такі дії:

- 1) *ідентифікувати* існуючі моделі масмедійної активності, достеменно вивчити їх;
- 2) за результатами ідентифікації існуючих моделей масмедійної активності суспільства *створити* нові (більш якісні) моделі;
- 3) *прагматизувати* на майбутнє дієвість та ефективність створених моделей соціальної масмедійної активності суспільства.

Для узгодження дій соціальної інженерії з першим принципом (ідентифікація) спочатку, як вважає О. Холод, слід виокремити існуючі моделі масмедійної активності суспільства. До таких моделей, наприклад, автор відносить повідомлення новин на радіо та на телевізійних каналах щовечора в певному порядку:

Реклама
Політика
Економіка
Суспільство
Культура
Спорт
Погода
Реклама

Відомо, зазначає О. Холод, що новини на деяких телевізійних каналах України (наприклад, «ІСТV», «СТБ») вже декілька років як змінили порядок подавання інформації відповідно в передачах «Факти» та «Вікна-новини». Згадані зміни стосуються перш за все порядку слідування тематичних блоків. Замість політики й економіки, телеглядачам пропонуються новини з рубрики «Суспільство». Такий спосіб додавання нових елементів в існуючу модель трансляції новин не є утворенням нової моделі, але трансформаційним засобом може називатися, вважає О. Холод.

Другий принцип реалізації соціальної інженерії (утворення нової моделі) передбачає, як вважає дослідник, пропонування таких змін у моделях активності соціуму, які перетнуть межу критичної маси й набудуть ознак нових (більш якісних) моделей подавання новин. О. Холод наводить приклад: новини як такі не будуть мати рубрикацію «політика», «економіка», «спорт», «суспільство», «культура» або «спорт» чи «погода». Телеглядач сам буде

обирати собі ті теми з різних рубрик, які йому хочеться переглянути (почути). Зміни за описуваним другим принципом соціальної інженерії, що спирається на масмедійну активність суспільства, також, впевнений О. Холод, є засобами трансформації свідомості суспільства.

За пропозицією О. Холода, третій принцип соціальної інженерії передбачає прагматизацію на майбутнє дієвості й ефективності створених моделей соціальної активності суспільства.

У наведеному прикладі 2 (про моделювання подавання новин за стандартними й штапованими рубриками) прагматизація фіксуватиметься в тому, що фахівці-масмедійники (журналісти й ті, хто дотичний до виробництва новин) не будуть пропонувати конкретні рубрики як такі й у конкретному штапованому й стандартизованому вигляді й порядку. Вони будуть утворювати бази новин за тематичним наповненням (за рубриками), але подавати їх не будуть. Прагматичність полягає в тому, що, наприклад, телевізійна аудиторія сама буде визначати місце сприйняття й час сприйняття інформації, яка їй потрібна.

Отже, за наслідками аналізу прикладів 1 і 2, які наведені задля ілюстрації триєдиного принципу реалізації соціальної інженерії, О. Холод констатує, що обговорюваний принцип:

- 1) дозволяє описувати явища соціальної інженерії;
- 2) є таким, що пояснює існуючі явища й процеси соціальних комунікацій у суспільстві;
- 3) розтлумачує зв'язок між старими й нинішніми моделями масмедійної активності суспільства, з одного боку, і впливом на моделі активності суспільства в майбутньому, із другого боку;

4) детермінує об'єктивність стосунків і відносин між масмедіа й споживачами інформації в тих саме формах, які вимагає соціальний дискурс і пропонують існуючі моделі трансляції інформації.

У 2011 році О. Холод пропонує трактувати наукову галузь "Соціальні комунікації" (КОМТЕКА — комунікаційна тека) як "галузь знань, організаційно впорядковану систему документів, їх масив, продукти засобів масової комунікації та інформаційних технологій, які забезпечують реалізацію інформаційних процесів і намірів при безпосередній участі членів комунікаційного процесу".

У 2013 році на базі створеної теорії інмутації суспільства О. Холод пропонує розглядати комунікаційні технології як комплекси-дії, спрямовані на зміну моделей поведінки в ході соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин при наявності обміну інформацією між комунікатором і комунікантом.

Пізніше, у 2015 році, дослідник пропонує на базі оригінальної концепції трьохетапного аналізу соціального інжинірингу (далі – СІ-аналіз, або триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії) тлумачити соціальні комунікації як процес здійснення соціальної взаємодії (ідентифікації комунікаційних моделей, утворення нових моделей комунікації і практичну перевірку таких) завдяки обміну інформацією.

Суть концепції соціального інжинірингу О. Холод виклав у таких положеннях:

- 1) предмет вивчення повинен спочатку бути ідентифікованим за своїми характеристиками як соціальний процес;
- 2) ідентифіковані характеристики дають можливість «дізнатися» про модель соціального процесу як адекватну/неадекватну для реалізації завдання фахівця із соціального інжинірингу;

3) на базі встановленої моделі (за умови її відповідності для вирішення поставлених завдань) відбувається її трансформація або створення нової моделі соціального процесу;

4) нова модель соціального процесу обов'язково перевіряється завдяки пілотним проектам і тільки після підтвердження ефективності модель «монтується» фахівцями у свідомість суспільства й реалізується непомітно як об'єктивний соціальний процес.

СІ-аналіз спирається на авторську концепцію соціального інжинірингу.

Смисл СІ-аналізу, за пропозицією О. Холода, полягає в розчленуванні цілого (продукту соціальних дій, взаємодій і відносин) на його структурні три частини (етапи) реалізації, а саме: перший етап – ідентифікація функціонуючих у суспільстві моделей соціальних дій, взаємодій і відносин; другий етап – моделювання (створення нових моделей) за результатами ідентифікованих соціальних дій, взаємодій і відносин; третій етап – верифікація (практична перевірка) моделі, створеної на другому етапі.

Трансгресивна тенденція розвитку соціальних комунікацій у теорії В. Ільганаєвої (Харківський осередок)

Власну концепцію бачення соціальних комунікацій запропонувала доктор історичних наук, професор Валентина Олександрівна Ільганаєва (м. Харків). 1996 року В. Ільганаєва видала монографію «Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку», у якій детально виклала своє бачення об'єкту вивчення й методологічної суті соціальних комунікацій.

В. Ільганаєва є автором-укладачем першого в Україні словника-довідника «Соціальні комунікації» (2009). Ряд положень, висловлених в авторських статтях та розділах у колективних монографіях, дозволили графічно відбити

бачення автора місця й ролі соціальних комунікацій серед інших наук і галузей знань (див. рис. 14 далі).

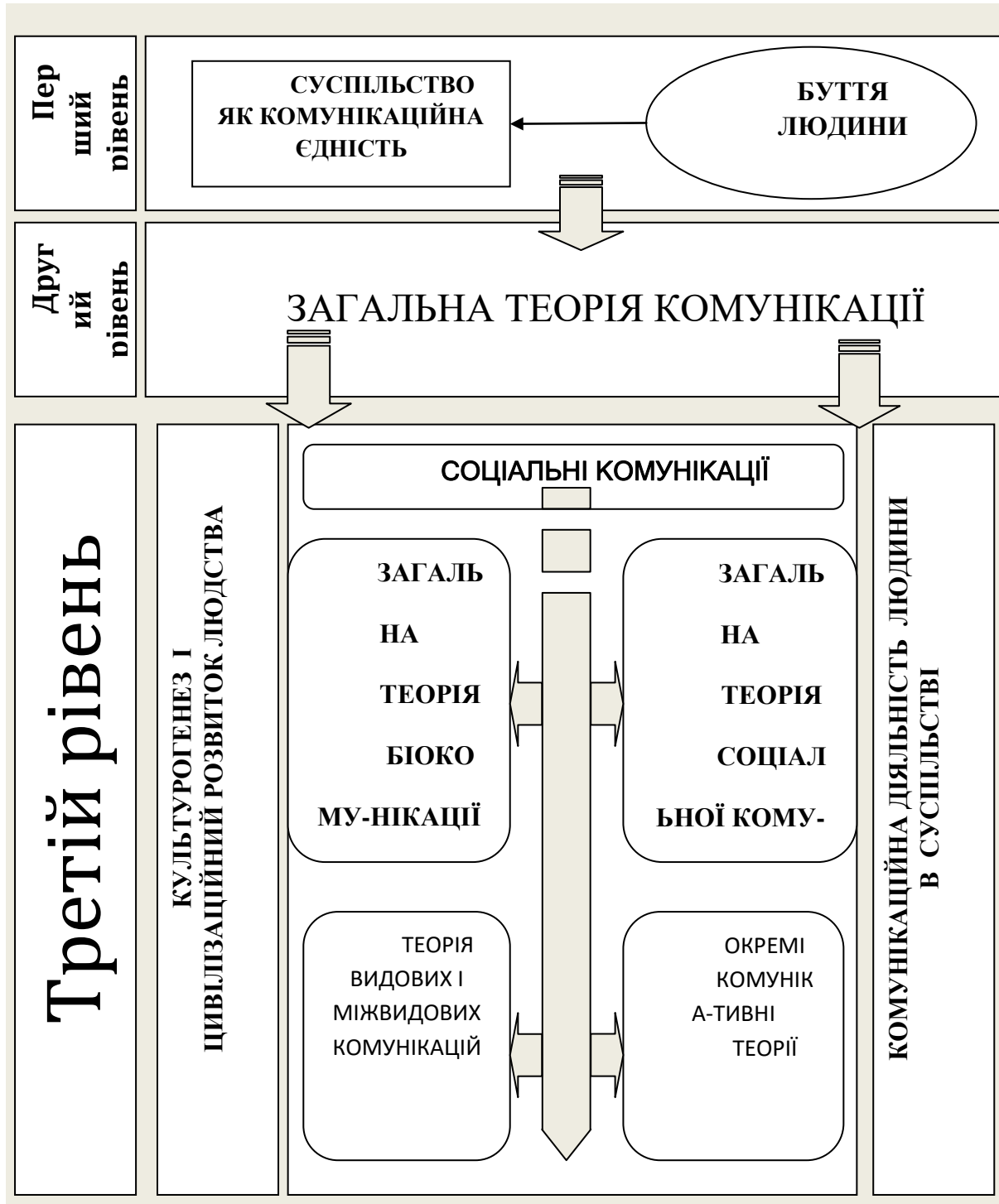


Рис. 14. Місце соціальних комунікацій (соціальної комунікації) в системі галузей знань і структура комунікаційного знання
(за: В. О. Ільганаєва, 2009)

В основу концепції соціальних комунікацій (соціальні комунікації як складник теорії комунікації) В. О. Ільганаєва кладе буття людини, яке базується на суспільстві як комунікаційній єдності. Останнє спирається на культурогенез і цивілізаційний розвиток людства та комунікаційну діяльність людини в суспільстві.

Структуру комунікаційного знання складають три рівні:

- 1 рівень – загальна теорія комунікації,
- 2 рівень – загальна теорія біологічної комунікації та загальна теорія соціальної комунікації,
- 3 рівень – теорія видових і міжвидових комунікацій та окремі комунікативні теорії.

Слід занотувати, що поки що, за словами В. О. Ільганаєвої, не існує чіткої теорії соціальної комунікації. Також відсутня й теорія видових і міжвидових комунікацій. Розпорошені знання окремих комунікативних теорій.

У своєму розділі «Теорія соціальних комунікацій на шляху фундаменталізації медіа-знання» В. Ільганаєва як співавтор колективної монографії «Соціальні комунікації: результати досліджень–2013», яка була опублікована 2014 року, розвиває власний погляд на соціальні комунікації.

Поява теорії соціальних комунікацій (далі – ТСК), на думку В. Ільганаєвої, «була реакцією на розгортання суспільної взаємодії як однієї зі складових буття людини». Автор впевнена, що «досягнення інформаційно-комунікаційних технологій на основі електронних знарядь, засобів зв'язку та телекомунікацій обумовили якісні перетворення в цій сфері». Саме такі перетворення, на думку дослідниці, дозволили «відчути вразливість і вибуховість дії комунікаційних

предметів на свідомість людей у конкретних станах суспільства, що опинилося в тенетах глобальної комунікаційної мережі».

Аналізуючи шляхи розвитку соціальних комунікацій, В. Ільганаєва вважає, що «етапи розгортання комунікації як окремого виду соціальної взаємодії пов'язані з її еволюцією від біосоціальних засобів відображення та сприйняття реальності через первинні форми контакту, невербального та вербального спілкування до мультисенсорних засобів мультимедійних систем сучасності». Дослідниця нагадує, що «на біосоціальний характер адаптації сенсорної системи людини для збору інформації та прийняття рішень відносно існування в Природі, а потім і в суспільстві звертали увагу науковці з Н. Вінер та В. Беньямін.

В. Ільганаєва стверджує, що соціальну взаємодію слід розглядати «як рух соціальної матерії». У такої матерії є власна структура, яка «створює простір суспільних відносин, зв'язків та відтворення їх у соціальній організації суспільства». Якщо мова йде про пізнавальний аспект аналізу соціальної взаємодії, дослідниця пропонує вважати її «найвищим рівнем теоретичних узагальнень соціальної комунікацій». Визначаючи суть соціальної взаємодії, В. Ільганаєва вважає, що вона служить для «встановлення контактів, спілкування, комунікації в процесах наслідування знань, цілеспрямованої передачі емоцій, почуттів, настрою, інформації».

Автор вважає генетичну комунікацію «однією з базових природних форм взаємодії». Але в типологічному плані В. Ільганаєва пропонує диференціювати комунікацію на природну й соціальну та вважає, що «універсальність комунікації припускає її існування в живій і неживій природі».

На думку В. Ільганаєвої, соціальна комунікація (СК) – «не може бути цілком однаково описана або представлена через модель генетичної (природної) комунікації». Дослідниця акцентує увагу на тому, що в соціальній

комунікації «більш свідомо відбувається або має відбуватися процес соціального наслідування, опосередкованого розумовою діяльністю людини, усвідомленням того, що відбувається, корегуванням і спрямованістю дій відповідно до цілей і цінностей буття людини та її соціальності».

В. Ільганаєва, посилаючись на думки В. Навроцького, стверджує, що соціальна комунікація є типом «соціальної цілеспрямованої взаємодії». При цьому соціальна комунікація В. Навроцьким «розуміється як когнітивний процес, на який накладаються певні нормативні обмеження, що зумовлені біосоціальною природою суб'єктів, які знаходяться в процесі комунікації та в межах соціальних простору й часу, що дані суб'єктам у сприйнятті соціальної реальності в процесі її створення та відтворення». В. Ільганаєва впевнена, що «соціальна комунікація, із моменту свого відокремлення як цілісного об'єкта, визначається через комунікативну взаємодію, акт або дію».

Дослідниця вважає, що соціальна комунікація починалася з процесу «виголошення усвідомлених звукосполучень – слова, а ще раніше сформованої ідеї, думки стосовно позиціювання людини у Всесвіті через означення цього Всесвіту й самої людини (як Homo Sapiens)». Продовженням соціальної комунікації в історії її розвитку, на думку В. Ільганаєвої, слід вважати виникнення писемності, друку, «формування документальних потоків, що відбивають буття людини (соціальне, групове, особисте)».

Аналізуючи думки М. М. Азарнова, І. С. Бусигіна й О. М. Дегтярева, які були висловлені дослідниками в розділі «Сучасні трактування соціальної комунікації й інтерактивний підхід до її вивчення» (рос. мовою) колективної монографії «Соціальна комунікація в сучасному світі» (рос. мовою, 2004), В. Ільганаєва констатує: «соціальну комунікацію слід розглядати як різновид соціальної взаємодії, що здійснюється за допомогою певних знакових систем, що виступають засобами необхідного зв'язку». На думку дослідниці, етапи

розвитку соціальної комунікації як феномену ґрунтуються на розвитку комунікації як «образу, жесту, усної та писемної мови, писемності та документів, зокрема книги як багатопрофільного, багатофункціонального документу, спеціальних документів, структурованої інформації та знання».

В. Ільганаєва констатує, що соціальна комунікація забезпечує «в будь-якій формі фіксацію, зібрання, обробку, збереження, розповсюдження, використання, споживання інформації як продукту духовної практики людства». Соціальні комунікації, на думку дослідниці, є процесами й структурами, «протікання та діяльність яких опосередковуються знаковими системами й формами, що містять смисл у межах соціального просторово-часового континууму». У соціальних комунікацій є визначена мета, зміст, засоби й канали, система соціально-комунікаційних технологій, аудиторія, результати, зворотний зв'язок. Кожна з названих процесуально-понятійних категорій, перелічених В. Ільганаєвою, тлумачиться окремо.

Мета соціальних комунікацій розуміється як те, що «реалізується через функціонально-рольову поведінку суб'єкта, котрий передає соціальну дію».

Зміст соціальних комунікацій, на думку В. Ільганаєвої, полягає в соціальній інформації і знанні.

Засоби й канали відповідають «рівню соціально-комунікаційних технологій».

Аудиторія, на думку В. Ільганаєвої, це «реально існуюча або штучно створена, така, що має певні інформаційно-когнітивні, об'єктивні потреби, або суб'єктивні й ті, що спеціально формуються, впливають на мету соціальних комунікацій».

Результат дії соціальних комунікацій дослідниця вбачає в «певних станах аудиторії, що мають вираження в її діях, поведінці, оцінках».

На думку В. Ільганаєвої, зворотний зв'язок слід пояснювати як «зв'язок суб'єктів соціально-комунікаційної взаємодії й об'єктів соціально-комунікаційної дії». Такий зв'язок виражається корегуванням «елементів соціальних комунікацій через досягнення цілей, рівня розуміння й сприйняття інформації та знань, моніторингу станів соціальної діяльності, середовища життєдіяльності суспільства».

В. Ільганаєва розмежовує значення термінів «соціальна комунікація» й «соціальні комунікації». У значення першого терміну автор вкладає такий смисл: «феномен і форма соціальної взаємодії». Другий термін означає сукупність медіальних проявів соціальної комунікації, яка проявляє себе не лише як «функція забезпечення суспільної взаємодії, але і як соціальна діяльність, згідно з культуруотворюючими факторами».

Дослідниця вважає, що соціально-комунікаційна ідея, що зародилася в середині ХХ ст., поступово розгортається в нову парадигму наукових досліджень й інституалізується. Серед праць, ідеї яких стали підґрунтям для згаданої нової парадигми В. Ільганаєва називає конкретні напрями й їхніх апологетів.

Перший напрям, інформаційно-технологічного спрямування (Д. Белл, І. Масуда, М. МакЛуен, Н. Постман, Г. Стоуньєр).

Другий напрям, функціонально-системних аспектів комунікації (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Е. Дюркгейм, Р. Мертон, Т. Парсонс).

Третій напрям, «комплексний соціокультурний аналіз комунікаційної взаємодії в суспільстві А. Гідденс, Г. Лассвел, Н. Луман, М. Маклюєн, Ю. Хабермас, М.М. Бахтин, Ю. Лотман, А. В. Соколов».

У вітчизняній науці, на думку дослідниці, долучилися до вивчення соціально-комунікаційних феноменів І. Давидова, В. Ільганаєва, О. Зернецька, С. Квіт, Б. Потятиник, Г. Почепцов, В. Різун, О. Холод, Г. Шемаєва та інші науковці.

За результатами таких досліджень, як вважає В. Ільганаєва, «із соціально-філософського аналізу суспільних процесів виходять певні методологічні установки до наукового вивчення комунікаційних явищ в межах наукового напрямку — соціальні комунікації».

В. Ільганаєва вважає, що активно «підхопила» комунікаційну тематику соціологія й «значно вплинула на формування теорії соціальних комунікацій». Автор зауважує про те, що в західній соціології поняття «комунікація» й «соціальна комунікація» ототожнюються й «визначаються як спілкування та обмін інформацією в суспільстві», на що вказують дослідники В. Ільганаєва, С. Квіт, Б. Потятиник, В. Різун, А. Соколов, О. Холод тощо.

В. Ільганаєва, разом із М. Азарновим, І. Бусигіним й О. Дегтяревим, відзначає, що вивчення соціальних комунікацій має міждисциплінарне підґрунтя, що є «відображенням поступового розгортання змісту (призначення) сутнісних рис об'єкту, що набувають системності на певному рівні свого розвитку, маючи завершеними де більше етапів своєї еволюції від виникнення, становлення, функціонування, розвиток та трансформацію». Такий процес передбачає поетапне розгортання ідей, «функцій і структур», «форм і засобів, каналів, технологій і знаряддя праці».

На переконання В. Ільганаєвої, теорія соціальних комунікацій поступово, починаючи від середини ХХ ст., «відривається від підсистемного характеру й предметного розгортання соціальнокомунікаційних феноменів». Соціальні комунікації починають набувати ознаки самостійної теорії, відпочковуючись від таких наукових галузей та комплексів знань, як: соціологія соціальних

комунікацій, документально-інформаційні дисципліни, лінгво-психологічний, психо- і соціолінгвістичний, культурно-філософський комплекси. Тепер, на початку XXI ст. соціальні комунікації, декларує В. Ільганаєва, перетворюються на «інтеграційні, загальносистемні напрями, що пов'язані з розгортанням сутнісних функцій соціальних комунікацій; документалізацією інформації та знань, їх актуалізацією в системі суспільних відносин й медіацією в єдиному просторі та часі».

Аналізуючи структуру комунікаційного знання, В. Ільганаєва посилається на праці А. Соколова, і стверджує, що вона (структура) містить три рівні (див. рис. 14), а саме:

- «на першому місці – загальну теорію комунікації;
- на другому – загальну теорію біокомунікації та загальну теорію соціальної комунікації;
- на третьому рівні – теорії видових і міжвидових комунікацій та часткові теорії соціальних комунікацій».

В. Ільганаєва декларує, що «методологічно важливим стало підтвердження необхідності розрізнення комунікації як функції й комунікації як суспільної діяльності». На базі такої розгалуженості стала можливою подальша інтеграція й синергетика результатів досліджень, що здійснювалися в межах філософії, психології, лінгвістики, інформатики, соціології, бібліотекознавства, журналістики, архівознавства, документознавства, політології, педагогіки та тих інших галузей і систем знань, які пов'язані «з комунікаційною діяльністю, або зі сферами, що реалізують комунікативну функцію». Дослідниця висловлює співчуття з приводу того, що нині відсутні «надсистемні зв'язки теорії комунікації з теорією більш високого рівня».

Сьогодні вже сформовані різні «концептуальні підходи до феномену соціальних комунікацій, що зумовлені специфікою конкретно-історичних умов та предметно-об'єктних орієнтацій досліджень». Тому що комунікаційні сутності проявляються в різних типо-родо-видових зв'язках, які мають своє історичне традиційне підґрунтя, соціальні комунікації ще не сформовано в єдину струнку теорію. Слід також врахувати, на думку В. Ільганаєвої, яка спирається на ідеї Г. Доброва й А. Баскакова, що «теоретизація у сфері соціальних комунікацій відбувається за певними правилами й схемами, що перевіренні практикою становлення наук, наукових галузей, утворенням певних організаційно-управлінських та інтелектуальних технологій, що досліджені та зафіксовані наукознавством».

Із гносеологічної точки зору, стверджує В. Ільганаєва, будь-яка методологія повинна визначити об'єкт дослідження. Відносно до вивчення соціальної комунікації таке визначення об'єкту вже відбулося в межах соціології й соціальної філософії, бібліотекознавства, безпосередньо – теорії соціальної комунікації. У своїй монографії «Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку» (1996) В. Ільганаєва висловила думку про те, що історико-генетичний, еволюційний аналіз соціально-комунікаційної діяльності, здійснений нею, може вважатися наближенням «до розуміння об'єкту теорії соціальних комунікацій».

В. Ільганаєва диференціює зв'язки соціальної комунікації на родові й видові. Дослідниця повідомляє: «У родових зв'язках комунікація пов'язується зі здійсненням комунікаційної взаємодії, у видовому плані розподіляється за змістом виконання функцій у системі суспільної взаємодії». Виходячи з такої диференціації, В. Ільганаєва згадує про категоризацію та класифікацію соціальної комунікації й пропонує врахувати те, що вона:

а) «характеризує найважливіший засіб реалізації соціальних зв'язків між людьми»;

б) «фіксує умову й універсальний соціально-психологічний механізм взаємодії соціальних суб'єктів, ступінь ефективності якого виявляє себе на всіх рівнях соціокультурного устрою суспільства»;

в) «означає особливий вид мотивованої й цілеспрямованої активності, що скерована на обмін ідеями, знаннями й досвідом, уявленнями й емоціями, нормативно-ціннісними зразками діяльності й поведінки, що пронизують, відповідно, всі аспекти життя людей».

У своєму становленні теорія соціальних комунікацій, як вважає В. Ільганаєва, «пережила» декілька етапів.

Перший етап, описовий, на якому відслідковується «збір фактів, їх систематизація, формування понятійно-категоріального апарату, диференціація наукових напрямів».

Другий етап, логіко-аналітичний, коли фахівці здійснювали багатоаспектне «предметне вивчення об'єкту пізнання», встановлювали «його якісні, сутнісні ознаки».

Третій етап, що відбувається сьогодні, як зазначила 2009 року В. Ільганаєва в праці «Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації», відзначений теоретичним синтезом, виходом «на метатеоретичний рівень вивчення науки», про що писав А. Соколов у праці «Метатеория социальной коммуникации» (рос. мовою) (2001). На думку В. Ільганаєвої, на третьому етапі «формуються якісні уявлення про сутність об'єкту, розширюється сфера фундаментальних аспектів соціальнокомунікаційних досліджень та їхній вплив на прийняття управлінських рішень, стратегією науки, що спирається на загальні для сфери соціальних комунікацій закономірності та закони».

В. Ільганаєва вважає, що на третьому етапі теорія соціальних комунікацій відображає соціальні реальності й «виявляє, уточнює, формулює нові закони та закономірності, досягаючи максимального наближення до свого об'єкту». Саме на третьому етапі впізнаються ознаки становлення теорії соціальних комунікацій. До згаданих ознак В. Ільганаєва відносить такі:

- об'єкт («соціально-комунікаційна діяльність, що досягла інституціонального рівня й надає специфічну та цілісну систему»);
- «методи дослідження»;
- «методологічний базис»;
- «цілі»;
- «понятійно-категоріальний апарат»;
- «систему стійких міждисциплінарних та міжнаукових зв'язків; професійний друк та систему підготовки кадрів».

На думку В. Ільганаєвої, соціальна комунікація – «це цілеспрямований обмін інформацією; позиціонування в середовищах життєдіяльності людини, організація простору цілей – комунікаційного простору всесвіту».

Дослідниця пропонує вважати предметом теорії соціальних комунікацій «універсальні закономірності комунікаційної взаємодії в соціальному просторі та часі», а саме:

- «існування комунікаційної цілі»;
- «посилення інтелектуальності й духовності суб'єктів комунікаційної взаємодії»;
- «циклічність розвитку від низьких форм комунікації взаємодії до вищих (опосередкованих знаковими системами обмежених соціальним часом й простором до неопосередкованого духовно-субстанціонального в безмежному просторі буття)».

В. Ільганаєва вважає, що соціальна комунікація може вважатися соціальним інститутом, тому що вона, соціальна комунікація, єдина система, що презентована в соціальній практиці «під впливом перетворюючої сутності людини». Оскільки соціальна комунікація є «механізмом налагодження», її можна розглядати як метафункцію соціальнокомунікаційної діяльності *першого рівня*.

На *другому рівні* соціальнокомунікаційної діяльності, на думку В. Ільганаєвої, соціальна комунікація повинна розглядатися як «тип взаємодії, що спрямований на підтримку консенсусу та досягнення взаєморозуміння в суспільстві». Така взаємодія – «ефект, що забезпечує гармонічні відносини за всіма векторами й рівнями соціальної взаємодії, стійкий стан у триаді Природа – Суспільство – Людина».

На *третьому рівні* соціальнокомунікаційної діяльності, впевнена В. Ільганаєва, відбувається «створення гармонійного культурно-цивілізаційного простору, правильно організованого зв'язку та взаємодії».

Дослідниця вводить поняття «глобальні соціально-комунікаційні цикли», під якими розуміє «еволюційні цикли суспільної взаємодії, що опосередковані головним засобом комунікації в соціальному просторі й часі (звук, знак, символ, слово, друк, інформаційні системи, медіа-системи)». Умовно В. Ільганаєва пропонує розподілити цивілізацію на чотири згадані цикли, а саме:

1-й цикл — «протокогнітивний (сигнально-поведінковий)»;

2-й цикл — «протодокументальний»;

3-й цикл — «документальний»;

4-й цикл — «інформаційний».

На одному рівні із запропонованими чотирма циклами соціальнокомунікаційної діяльності В. Ільганаєва вбачає можливим існування мегациклу. Початок мегациклу автор числить «із моменту генезису соціальних

комунікацій». Завершення – у процесі визначення «трансформаційних ознак у сучасних соціальних комунікаціях, пов'язаних із когнітивним насиченням» й «переходом до іншого – ноосферного» циклу. Саме в ноосфері, на думку В. Ільганаєвої, відкриваються новий предмет комунікації – «мультисенсорний сигнал».

Провідну роль, як вважає дослідниця, у глобальному циклі соціальних комунікацій відіграє документалізація. Остання містить «процеси номінації, атрибуції, реєстрації, фіксації інформації, її генерування, збирання, збереження, розповсюдження». Слід відзначити особливо той факт, що «документалізація в глобальному соціальнокомунікаційному циклі створює умови формування документальної пам'яті людства й закладає можливість довгострокового збереження інформації в соціальнокомунікаційних каналах».

Повідомляючи про функціональне значення соціальних комунікацій, В. Ільганаєва пропонує їх вбачати в п'яти позиціях.

Перша позиція: «створення єдиної методологічної бази вивчення феноменів інформації й знання як предметів СК-праці, способів соціальної взаємодії, а також їх впливу на стан соціальних об'єктів і людини».

Друга позиція: «вивчення інформаційно-комунікаційної технології як основи інформаційної економіки, упорядкування соціально-інформаційних потоків, способів формування людини».

Третя позиція: «дослідження інформаційних середовищ, їх ознак, специфічних загроз як частини природного простору життєдіяльності людини».

Четверта позиція: «розробка заходів протидії й захисту від інформаційних загроз, формування концептів, моделей поведінки й управління інформаційними середовищами, а також їх окремими складовими».

П'ята позиція: «обґрунтування найбільш адекватних культурних ситуацій й ефективних засобів досягнення взаєморозуміння між суб'єктами комунікації в суспільстві».

В. Ільганаєва вважає, що сьогодні сфера соціальних комунікацій представлена в таких видах людської діяльності:

- 1) в організаційно-функціональних структурах;
- 2) організації та управлінні;
- 3) технологіях;
- 4) теорії та методиці;
- 5) міжнауковій методології.

Гносеологічне бачення вивчення соціальних комунікацій, на думку В. Ільганаєвої, сьогодні реалізується в чотирьох концепціях (технократичній, інтеракційній, лінгвістичній, маскомунікаційній) та в їхніх «різновидах, симбіозі й комплексах». Дослідниця впевнена в тому, що «домінуючою установкою методології вивчення феномену комунікації, зокрема соціальної комунікації, стає трансгресивність, що зумовлює появу нових наукових концепцій соціальних комунікацій, що базується на універсальних закономірностях життя/існування/буття біосоціальних систем у просторі Всесвіту».

В. Ільганаєва стверджує, що теорія соціальних комунікацій має статус теорії середнього рівня, оскільки на підсистемному рівні соціальні комунікації сьогодні є сукупністю «теорій, які вивчають різні аспекти комунікації в природі й суспільстві». Середній рівень згаданої теорії автор пояснює тим, що теорія соціальних комунікацій є організаційно-діяльнісною за своїм характером. Разом із тим, зауважує дослідниця, теорія соціальних комунікацій є метатеорією, що пов'язує її з надсистемним рівнем, який «формується в нових умовах здійснення суспільної діяльності, пізнання та взаємодії».

На думку В. Ільганаєвої, теорія соціальних комунікацій має генералізаційну тенденцію, яка концентрується на трьох напрямках досліджень.

Автор називає першим «напрямом комунікаційних середовищ», на якому вивчаються «організаційні, методологічні, технологічні, функціональні, змістовні, управлінські... аспекти соціальних комунікацій певних наук підсистемного рівня в системі комунікаційного знання». До таких наук В. Ільганаєва віднесла «бібліотечно-інформаційні науки, соціологію комунікацій, журналістику, архівознавство, музеєзнавство, документознавство, лінгвістику, інформатику, теорію інформаційних систем, когнітологію, психологію, соціологію інформатики тощо».

Другим дослідниця назвала «напрямом комунікаційного простору», який дозволяє вивчати «комунікаційні процеси й рух, циркуляцію інформаційно-когнітивних потоків, їхній вплив на життя суспільства, масштаб й особливості трансляції, вживання й використання, управління».

На третьому напрямі, який має назву «смислонасиченості й культуроспрямованості комунікаційної взаємодії», відбуваються дослідження «концентрації культурних естафет, еко- й гуманоцентричності концепто-структурованої соціальної взаємодії».

Соціальні комунікації мають найвищий рівень власного розвитку, де вони перетворюються «в розвинену систему соціальної взаємодії, що завершує цикл оформлення простору зв'язків (спілкування) й простору цілей (комунікація) в тріаді «Діяльність – Мислення – Свідомість» у просторі Буття людини».

Список використаних і рекомендованих джерел

1. Tremblay G. From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the global village to the world empire // *Canadian Journal of Communication*. — 2014. — Vol. 37. — N 4.
2. Баскаков А. Я. Методология научного исследования: учеб. пос. / А. Я. Баскаков, Н. В. Туленков. — К.: МАУП, 2002. — 216 с.
3. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / В. Беньямин. — М.: Медиум, 1966.
4. Винер Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине / Пер. с англ. И. В. Соловьева и Г. Н. Поварова; Под ред. Г. Н. Поварова. — 2-е изд. — М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. — 344 с.
5. Добров Г. М. Наука о науке / Г. М. Добров; изд. 3-е; доп. и перераб. / отв. ред. Н. В. Новиков. — К.: Наук. думка, 1989. — 304 с.
6. Ильганаева В. А. Влияние информатизации на культурогенез современного общества / В. А. Ильганаева // *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. — 2004. — №1. — С. 58–62.
7. Ильганаева В. А. Социально-культурная динамика в социальной истории: трансформационные основания и тенденции / В. А. Ильганаева // *Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація*. — 2012. — №5. — С. 30–36.
8. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — КП: «Городская типография», 2009. — 392 с.
9. Ильганаева В. О. Библиотечна освіта: нова парадигма розвитку / В. О. Ильганаева. — К.: Ред. ж. «Бібліот. вісник», 1996. — 253 с.

10. Ільганаєва В. О. Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації / В. О. Ільганаєва // Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — №1. — С. 60–67.
11. Квіт С. М. Масові комунікації / С. М. Квіт. — К.: Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2006. — 251 с.
12. Конецкая В. П. Социология коммуникации : учебник / В. П. Конецкая. — М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997. — 304 с.
13. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. — М.: Наука, 1969. — С. 27.
14. Навроцький В. В. Логіка соціальної взаємодії : монографія / В. В. Навроцький. — Х. : Консум, 2005. — 203 с.
15. Основы теории коммуникации: учеб. / Под ред. проф. М. А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.
16. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 року за № 1718 "Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь" і наказ Вищої атестаційної комісії України від 14 грудня 2007 року за № 67 "Про внесення змін і доповнень до Переліку спеціальностей, за якими проводяться захисти дисертацій на здобуття наукових ступенів кандидата наук і доктора наук, присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань".
17. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації й нові комунікативні технології / Г. Г. Почепцов // Комунікація. — 2010. — № 1. — С. 19–26.
18. Почепцов Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г. Почепцов. — К.: Альтерпрес, 2008. — 416 с.
19. Почепцов Г. Пятнадцать технологий современной пропагандистской и информационной войны (часть 1) [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. — Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/>

- pyatnadtsat_ tekhnologiy_sovremennoy_ propagandi
stskoy_i_informatsionnoy_voyny_chast_1/ (дата звернення: 19.06.2016). —
Назва з екрану.
- 20.Почепцов Г. Социальный инжиниринг: социо- и психотехники управления большими массами людей / Г. Почепцов. — К.: Альтерпрес, 2010. — 254 с.
- 21.Почепцов Г. Социокommunikации и социосистемы [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. — Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (дата звернення: 8.06.2016). — Назва є екрану.
- 22.Почепцов Г. Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей / Г. Почепцов. — К.: Альтерпрес, 2010.
- 23.Прикладные аспекты использования теории деятельности и коммуникации в сфере образования / В. Ильганаева, Х. Эльбесхаузен // Соціальні комунікації: результати досліджень—2014: колективна моногр. [за ред. О. М. Холода]. — К. : КиМУ, 2014 . — С. 7–59.
- 24.Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій [гол. ред. О. М. Холод]. — Т. 2. — К.: КиМУ, ДонНУ, 2011. — с. 7–11.
- 25.Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / В. В. Різун // Комунікація. — № 1. — 2010. — С. 27–37.
- 26.Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різун] / Інститут журналістики: [сайт]/ — Електронні дані. — Київ, 2011. — Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 2.03.2016). — Назва з екрану.

27. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація” / В. В. Різун. — К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008. — 260 с.
28. Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії) / В. Різун // Комунікація. — № 2. — 2012. — С. 8–18.
29. Современные трактовки социальной коммуникации и интегративный подход к ее изучению // Социальная коммуникация в современном мире : коллект. моногр. / Н. Н. Азарнов, И. С. Бусыгин, А. Н. Дегтярев и др.; под. общ. ред. А. А. Деркача. — М. : Альтекс, 2004. — С. 30–45.
30. Соколов А. В. Введение в теорию социальной коммуникации: учеб. пособ. / А. В. Соколов. — СПб., 1996. — 319 с.
31. Соколов А. В. Метатеория социальной коммуникации / А. В. Соколов. — СПб., 2001. — 342 с.
32. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — Х. : КП «Городская типография», 2009. — 392 с.
33. Соціальна комунікація як об’єкт теоретизації / В. О. Ильганаева // Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — №1. — С. 60 — 67.
34. Теоретико-методологічний синтез соціально-комунікаційного знання / В. О. Ильганаева // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — № 2. — С. 96–101.
35. Теорія соціальних комунікацій на шляху фундаменталізації медіа-знання / В. О. Ильганаева // Соціальні комунікації: результати досліджень–2013: колективна моногр. [за ред. О. М. Холода]. — К. : КиМУ, 2014. — С. 5–43.

36. Холод О. Громадянське суспільство і ЗМК у системі соціального інжинірингу / О. Холод // Вісник Львівського університету. Сер. Журналістика. — 2013. — Вип. 38. — С. 228–234.
37. Холод О. М. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології» // Держава та регіони : науково-виробничий журнал [гол. ред. ради В. Л. Корінев]. Сер. Соціальні комунікації [гол. ред. О. В. Богуславський]. — № 2. — 2010. — С. 89–96.
38. Холод О. М. Ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена як концептуальне підґрунтя трансформації теорії соціальних комунікацій / О. М. Холод // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. — 2016. — № 1(25). — С. 31–38.
39. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій : навч. посіб. / О. М. Холод. — К. : КиМУ, 2013. — 294 с.
40. Холод О. М. Методологія нооцентризму в межах соціальних комунікацій / Холод О. М. // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. — № 4. — 2010. — С. 25–29.
41. Холод О. М. Психологічне і соціологічне підґрунтя формування теорій комунікаційних технологій / Холод О. М. // Психолінгвістика : [зб. наук. праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]. — Переяслав-Хмельницький : ПП «СКД», 2011. — Вип. 8. — С. 210–217.
42. Холод О. М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика: наук. журн. [наук. ред. Г. Я. Холод та О. М. Холод]. — Т. 1. — К. : МЦД «Комтека», 2015. — С. 5–14.
43. Холод О. М. Соціальна комунікація як текстова діяльність у концепції Тамари Дрідзе / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика:

- наук. журн. [наук. і літ. ред. Г. Я. Холод; наук. ред. О. М. Холод]. — Т. 3. — К., 2016. — С. 87–92.
44. Холод О. М. Соціальний інжиніринг і соціальні комунікації: порівняльний аналіз / О. М. Холод // Український інформаційний простір : наук. журнал [гол. ред. М. С. Тимошик]. — Число 3. — К.: КНУКіМ, 2014. — С. 202–208.
45. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Холод О. М. (лист 1/11-6312 від 12.07.2010). — Львів : ПАІС, 2011. — 288 с.
46. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Холод О. М. — Львів : ПАІС, 2011. — С. 35.
47. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз: навч. посіб. — 2-ге вид., доп. і перероб. — Львів: ПАІС, 2011. — 288 с.
48. Холод О. М. Соціальнокомунікаційний інжиніринг як методологія дослідження соціальних комунікацій / Холод О. М. // Світ соціальних комунікацій. — 2012. — Т. 8. — С. 7–12.
49. Холод О. М. Структура і види соціальних комунікацій // Держава та регіони : науково-виробничий журнал [гол. ред. ради В. Л. Корінев]. Сер. Соціальні комунікації [гол. ред. О. В. Богуславський]. — № 3. — 2010. — С. 32–36.
50. Холод О. М. Сучасні теорії та тенденції розвитку соціальних комунікацій: курс лекцій. — У 2-х т. — Т. 1 / О. М. Холод. — К.: КНУКіМ, Українська асоціація психолінгвістів, 2016. — 214 с.
51. Холод О. М. Тенденції розвитку наукової галузі "Соціальні комунікації" [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Academia.edu. — San Francisco, CA, USA. — Режим доступу: <https://www.academia.edu/15281389>

- /Тенденції розвитку наукової галузі Соціальні комунікації_ (дата звернення: 17.09.15). — Назва з екрану.
- 52.Холод О. М. Теорія інмутації суспільства : монографія / Холод О. М. — К. : КиМУ, 2011. — 305 с.
- 53.Холод О. М. Теорія та історія соціальних комунікацій : курс лекцій / Холод О. М. — К. : КиМУ, 2013. — 232 с.
- 54.Холод О. М. Формування теорій комунікаційних технологій / Холод О.М. // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони : науково-практичний журнал. — 2011. — № 1–2 (10–11). — С. 86–92.
- 55.Холод О.М. Комунікаційні технології : підручник / Холод О.М. (лист № 1/11 –11273 від 01.12.2011). — К. : ЦУЛ, 2013. — 212 с.
- 56.Холод О.М. Триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії / О. М. Холод // Соціальний інжиніринг: моделі й технології: кол. монографія [за наук. ред. О. Холода; автори: Л. Бадюл, А. Бартошек, А. Єндрозик та ін.]. — К.: КНУКіМ, 2015. — С. 21–26.
- 57.Хрестоматия по социальным коммуникациям : учеб. пособ. / Харьк. гос. акад. культуры; сост и автор вступит. очерков д-р ист. наук В. А. Ильганаева. — Х.: ХГАК, 2002. — 236 с.

ЧАСТИНА 2

**ЗВ'ЯЗОК МЕДІА
ІЗ СОЦІАЛЬНИМ ІНЖИНІРИНГОМ**

Розділ 2.1.

ПОСТУЛАТИ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ

(або специфіка формування концепцій соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій у працях Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода)

I. Вступ

У дослідженнях фахівців із соціальних комунікацій все частіше декларується відчутна проблема відсутності методологічних підвалин дослідження процесів соціальних комунікацій як в Україні, так і світі також. Згадана проблема ґрунтується на різних поглядах представників Київської школи соціальних комунікацій Г. Почепцова [4–7], В. Різуна [8–11] і частково М. Хилька, В. Корнєєва, що тягне за собою різні тлумачення, інтерпретації та розпорошує можливу єдність у формуванні єдиного концептуального теоретико-методологічного підходу до вивчення процесів соціальних комунікацій. Згадану проблему побіжно обговорюють й зарубіжні дослідники: наприклад, G. Tremblay [30].

Згадана проблема пов'язана з такими важливим науковими (див. п.п. 1–3 далі) й практичними (див. п.п. 4–6 далі) завданнями:

- 1) формування сталої й верифікованої концепції соціального інжинірингу;
- 2) уточнення значення терміна «соціальний інжиніринг»;
- 3) верифікація кореляції між поняттями «соціальний інжиніринг» і «соціальні комунікації»;
- 4) виокремлення конкретних верифікованих (практично перевірених) ознак процесів соціального інжинірингу;

5) цілеспрямоване «вмонтування» у свідомість суспільства потрібних ініціатору ознак процесів соціального інжинірингу для підвищення ефективності впливу;

б) визначення інструментів контролю за практичною реалізацією процесів соціального інжинірингу.

Аналіз стану розробки проблеми й виділення невіршених раніше частин загальної проблеми.

II. Постановка проблеми

Метою дослідження є пошук спільного й розбіжного в концептуальних підходах згаданих дослідників до вивчення процесів соціального інжинірингу в межах наукової галузі «Соціальної комунікації», формулювання власної концепції й постулатів соціального інжинірингу.

Методи дослідження: опис, який допомагає зафіксувати значимі деталі концепцій трьох згаданих дослідників; метод аналогії, завдяки якому встановлюються подібності й розбіжності згаданих концепцій; метод аналізу й синтезу, що дозволило відповідно розчленувати розуміння соціального інжинірингу на складові частини й з'єднати виділені для аналізу частини в єдину систему; метод узагальнення як встановлення загальних властивостей і ознак соціального інжинірингу; метод аналогії, який надав можливість знайти подібні й розбіжні ознаки в уявленнях трьох науковців про соціальні комунікації в межах наукової галузі «Соціальні комунікації».

III. Результати дослідження

Георгій Георгійович Почепцов – один із ключових дослідників проблем комунікаційного інжинірингу й ідей соціальних комунікацій в Україні. До праць автора, у яких він аналізує процеси соціальних комунікацій, слід віднести «Комунікаційний інжиніринг» (2008) [4], «Соціальний інжиніринг: соціо- та психотехніки» (2010) [6].

До авторства Г. Почепцова також відноситься і стаття «Соціальні комунікації і нові комунікативні технології» (2010). Аналіз останньої статті свідчить про те, що Г. Почепцов вважає соціальні комунікації такими, що «налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього як короткотривалий (тактичний), так і довготривалий (стратегічний) інструментарій».

Більш детальне тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцов подає в іншій праці й називає їх не наукою, а видом «соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій, а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу).

У праці «Соціокомунікації і соціосистеми» Г. Почепцов називає соціальні комунікації «соціокомунікаціями» й пропонує визначення соціальних комунікацій у такому формулюванні: «соціокомунікації, або соціальні комунікації, є об'єднуючим поняттям для всіх комунікацій соціосистеми – приватних і публічних. Будь-яка комунікація сприяє соціалізації, оскільки збільшує область загальних знань і дій людей» [6].

Дослідник визначає завдання, які зазвані виконувати соціокомунікації, і перелічує її:

- «утримувати існуючий стан соціосистеми,
- переводити соціосистеми в новий стан,
- активувати або блокувати певні параметри соціосистеми» [6].

На думку Г. Почепцова соціокомунікації необхідно диференціювати на два типи:

- 1-ий тип – «синхронні (у межах одного покоління);
- 2-й тип – діахронні (пов'язані з минулим)».

До першого типу автор відносить комунікації між живими, до другого типу – між живими й мертвими (наприклад, книги й інші комунікативні продукти, що були створені в минулому) [6].

Між соціальними комунікаціями в тлумаченні Г. Почепцовим, комунікативним інжинірингом і соціальним інжинірингом існує зв'язок. У своїй праці «Комунікативний інжиніринг: теорія і практика» (2008) Г. Почепцов, за словами видавця, повідомляє про те, що комунікативний інжиніринг «спрямований на доставку потрібних смислів заданим цільовим аудиторіям» [4]. Такими можуть бути й «революційні смисли, які здатні трансформувати суспільство, як це не раз бувало в історії людства..., можуть бути й заспокійливі смисли, які ми бачимо, наприклад, у «мільній опері» й деяких інших розважальних жанрах». Слід згадати про те, що Г. Почепцов тлумачить соціальні комунікації не наукою, а видом «соціальної (гуманітарної) інженерії» (яка не існує без комунікації) [4].

Слід вбачати в комунікативному інжинірингові вид соціального інжинірингу. На думку фахівців із видання «Альтпрес», комунікативний інжиніринг є новою «спеціалізацією в області комунікативних наук». Також автори впевнені, що комунікативний інжиніринг є різними способами «побудови комунікативних мереж для вирішення соціальних, військових, політичних, дипломатичних, економічних завдань» [4]. Таким чином, соціальні комунікації автором пов'язуються з комунікативним інжинірингом. Різниця між соціальними комунікаціями й комунікативним інжинірингом не обговорюється Г. Почепцовим.

Оскільки соціальні комунікації реалізуються завдяки соціальнокомунікаційним технологіям, остільки необхідно аналізувати їхні різні види, групи й типи. До одного з частотних, активно використовуваних типів соціальнокомунікаційних технологій Г. Почепцов відносить ті, що

спрямовані на пропаганду. У трьох частинах, опублікованих 2016 року на сайті «Mediasapiens.kiev.ua» [5], Г. Почепцов описує 15 соціальнокомунікаційних технологій, спрямованих на ведення пропагандистської й інформаційної війни. Дослідник пропонує такий перелік соціальнокомунікаційних згаданих технологій:

- 16) руйнування інформаційного монополізму;
- 17) перерозподіл інформаційної ваги ігроків;
- 18) створення керованих масових єдностей;
- 19) керування сприйняттям;
- 20) керування героїкою;
- 21) керування ворогами;
- 22) маніпуляція джерелами інформації;
- 23) керування парадоксальністю;
- 24) керування каналом комунікації;
- 25) керування фреймами;
- 26) керування розважальністю;
- 27) керування сакральністю;
- 28) керування технологіями для здійснення пропаганди;
- 29) керування історією;
- 30) керування за допомогою великих масивів інформації [5].

Перелічені нові технології, на думку Г. Почепцова, «дозволяють порушувати інформаційний порядок, який вже склався» під час здійснення нових соціальних комунікацій. До того ж, як вважає дослідник, «у голові людини є еквівалентність інформаційної й фізичної картини світу», і «саме тому зміни в інформаційному уявленні вона автоматично переносить на реальність» [5]. Звідси, зміни соціальних комунікацій залежні від змін в

увявленнях людей, що у свою чергу знаходиться в прямій залежності від змін у реальному світі.

Соціальні комунікації здійснюють соціальний інжиніринг. На думку Г. Почепцова, «структура (економіка) інформації відрізняється від структури (економіки) знань. Якщо інформація може базуватися на одному спостереженні, то знання потребують більшого числа спостережень» [5]. Дослідник підсумовує: «кожна маніпуляція намагається подати свою інформацію як знання» [5]. Г. Почепцов яскраво ілюструє тезу декількома прикладами соціальнокомунікаційних технологій. Оскільки реклама «закладає свою інформацію в мозок споживача, щоб «увімкнути» її в момент потреби, що виникає», спрацьовує те, що дослідник називає «перехід»: «реклама зубної пасти на екрані – бренд полички в супермаркеті». Цікавим слід вважати зауваження Г. Почепцова: «за два тижні джерело інформації стирається з пам'яті й перетворюється з інформації в знання» [5]. Таким чином соціальні комунікації (завдяки рекламі) конструюють поведінку споживача (іншими словами, здійснюють соціальний інжиніринг споживача).

Так само соціальні комунікації можуть створювати потрібний дискурс. Така думка ілюструється прикладом Г. Почепцова, який пригадує пропагандистський інструмент (технологію) радянських часів. У маловідомій газеті, наприклад, в Індії, подається інформація як знання про певний предмет обговорення. Через деякий час радянські авторитетні газети передруковують ідеологічно потрібний (і заздалегідь підготовлений) матеріал з індійської газети з посиланням на джерело. Жодного обману немає: реально існує індійська газета, яка подала інформацію про певний дискурс, а радянські інформаційні агентства лише передрукували таку інформацію. У наведеному прикладі спостерігається маніпуляція з джерелом, що Г. Почепцов називає маніпулятивною технологією. Надалі, після обробки отриманої з індійської

газети інформації, радянська влада приймає відповідне рішення, оскільки дискурс того вимагає. Г. Почепцов вдало зазначає, що інтернет сьогодні створює множинність джерел і є масовим говорінням, оскільки «викинути» в інтернеті свою думку сьогодні коштує досить дешево [5].

Цікавим ефектом сьогодні в інтернеті є тролінг, який дозволяє будь-кому «конструювати» (здійснювати соціальний інжиніринг) реальність за власним бажанням, записуючи «потрібні» думки (застосовувати соціальні комунікації) заради подразнювання удаваного опонента під час віртуальної розмови-суперечки. Троль (той, хто здійснює тролінг як стимулювання суперечок) створює своїми неістинними аргументами неістину інформацію про «реальність», наприклад, перекручуючи факти історії. «Жертва», або «м'ясо» (той, хто втягується в обговорення з тролем і має протилежну точку зору) прагне «вивести на чисту воду» троля, але перебуває непомітно для себе в ірреальному світі спалюваних фактів, завдяки яким троль створив неправдиву інформацію. Соціальний інжиніринг відбувається на очах у троля і його жертви завдяки соціальним комунікаціям, які реалізуються за допомогою соціальнокомунікаційної технології тролювання [5].

У межах соціального інжинірингу Г. Почепцов розглядає метод блокування раціональності, який він називає «керування парадоксальністю» [5]. Здійснюється такий метод (варто його називати «соціальнокомунікаційна технологія») завдяки введенню в реальність неочікуваних тактик, моделей поведінки тих, від кого очікували лише традиційно налаштовані консервативні соціальні комунікації. Г. Почепцов наводить приклад, коли під час «перестройки» радянські керівники вирішили припинити глушіння західних радіостанцій. У зв'язку із цим потребувалося на екранах телебачення «запустити» нові молодіжні проекти, аби «притягнути» увагу молоді до парадоксально нового телепродукту й відволікти їх від слухання «ворожих

голосів» із Заходу. Молодь періоду «перестройки» не очікувала появи досить несподіваної на той час телепрограми «Взгляд», ведучі яких сміливо й критично виступали проти застійних соціальних процесів в економіці, політиці, науці, культурі й спорті тощо. Несподіваність мала парадоксальний характер ще й тому, що телепрограма «Взгляд» починалася за півгодини до півночі й завершувалася біля другої години ночі. До виходу телепрограми все телемовлення в СРСР припинялося о 23.30–24.00. Г. Почепцов, аналізуючи соціальнокомунікаційну технологію керування парадоксальністю, зауважує: «Виходить, що парадоксальність людини, факту, теорії захоплює нас і не дає можливості увімкнути критичне мислення» [5]. Саме завдяки описаній соціальнокомунікаційній технології «Управління парадоксальністю» в пізньому СРСР відбувалася спроба здійснення соціального інжинірингу.

Згадуючи соціальні практики в галузі пропаганди за часи СРСР, Г. Почепцов зауважує, що комунікація була здатна виконувати роль інструменту трансформації суспільства. Але за часи СРСР ще не було дигітальної (від англ. digital – цифровий) інформації, яка розповсюджується електронними пристроями (гаджетами). Дослідник вказує на те, що пропагандистам слід взяти на озброєння швидкість сприйняття користувачами-читачами дигітальної інформації і швидкість прийняття рішення тими, хто сприймає дигітальний текст. Г. Почепцов пропонує технології, побудовані на дигітальних каналах розповсюдження інформації, називати керуванням каналом комунікації (ККК), «коли певні типи меседжів можуть подаватися одним каналом, інші – іншим» [5].

Соціальний інжиніринг фіксується на рівні подавання інформації в різних форматах-фреймах. Г. Почепцов ілюструє соціальнокомунікаційну технологію керування фреймами й називає її «метод керування фреймами» (метод КФ). Суть дії згаданої технології соціального інжинірингу полягає в тому, що в медіа

споживачеві інформації пропонують епізодичну інформацію (за Г. Почепцовим, – «епізодичний фрейм»), яка має свій певний дискурс, системне пояснення (за Г. Почепцовим, – тематичний фрейм»). В епізодичному фреймі аудиторія «бачить» лише фрагмент реальності й не має можливості відтворити причини й наслідки такого фрагменту. Винним у негативному фрагменті реальності виявляється конкретний суб'єкт. Коли ж медіа подає тематичний фрейм, винним у наявності негативних епізодичних фреймах стає соціальна інституція, держава насамкінець. Саме тому, підсумовує Г. Почепцов, пересічному реципієнтові демонструють переважно епізодичні фрейми, які не є системою, які не дозволяють ув'язати багато епізодичних фреймів у єдине ціле, у єдину систему [5]. Застосування соціальнокомунікаційної технології керування фреймами є продуктивною для будь-якого політичного режиму, метою якого є керування суспільством, диктат влади.

Аналізуючи роль і вплив технологій соціальних мереж на прийняття рішень, що змінюють суспільство, Г. Почепцов зазначає: «Техніка перестає бути всього лише технікою, коли від неї починають залежати вчинки й мотивації людей» [5]. Дослідник уточнює свою думку: «Якщо наявність тієї чи іншої технології починає впливати на політичні рішення, більш того, може призводити до зміни режиму в країні, це свідчить про те, що є зв'язка «технічне + політичне», що посилюючи те, що іменується технічним, ми можемо отримувати політичні результати» [5]. Отже, конструювання політичного (соціального) сьогодні залежить від технічного (технологій), які автор вбачає в соціальних мережах (наприклад, «Фейсбук», «Вконтакте», «Твіттер» тощо). Застосування соціальнокомунікаційних технологій соціальних мереж дозволить владі здійснювати ефективний контроль над суспільством, «будувати» (інженірувати) суспільство.

У справі соціального інжинірингу важливу роль виконує вміння керувати минулим. Г. Почепцов описує соціальнокомунікаційну технологію керування минулим (КМ), посилаючись на думку історика Фамі, який свого часу був активним учасником Арабської весни. Фамі на прикладі Угорщини, яку він називає країною «з такою складною історією», ілюструє думку про те, що будь-яка країна могла б відшукати у своїй історії момент, коли вона не була «забруднена ні комунізмом, ні нацистською окупацією, ні громадянською війною» [5]. Такий момент, стверджує історик Фарі, може стати як «об'єднуючий інструментарій, на якому побудують свої надії на майбутнє» [5]. Отже, керування минулим як соціальнокомунікаційна технологія може, на думку Г. Почепцова, ефективно використовуватися пропагандистами для соціального інжинірингу.

Г. Почепцов у багатьох своїх наукових працях й популяризаторських статтях для медіа підкреслював і продовжує акцентувати увагу на тому, що соціальні комунікації завдяки соціальнокомунікаційним технологіям є інструментарієм для соціального інжинірингу.

Послідовно, після знакових, на наш погляд, праць Г. Почепцова, виходять праці В. Різуна, який зробив вагомий внесок у становлення й розвиток наукової галузі «Соціальні комунікації» в Україні.

В. Різун запропонував власний погляд на соціальні комунікації, який не є окремою стрункою теорією, але принципами й положеннями щодо потенційної теорії соціальних комунікацій.

Основні положення погляду В. Різуна на соціальні комунікації подані в широковідомих статтях «До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці» [9] й «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій» [8; 10], а також – «Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії)» [11].

В. Різун запропонував розглядати соціальні комунікації як «таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення й підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності» [9]. На думку автора, така діяльність «спрямована на розробку, впровадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами» [9]. В. Різун зазначає, що, «з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» [9]. Дослідник вважає, що згадані ним комунікації є «соціально маркованими, бо передбачають взаємодію із соціально визначеними групами людей» [9]. В. Різун переконаний у тому, що «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільнокомунікаційної справи» [9].

У праці «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій» В. Різун робить акценти й розглядає такі ключові питання.

II. Соціальні комунікації слід вивчати як практичну справу, що належить до «сфери соціальної інженерії (соціального інжинірингу)» [10].

III. Соціальні комунікації необхідно розглядати як засоби ефективного зв'язку між соціальними інститутами.

IV. Проектування й впровадження соціальних комунікацій є «справою соціального інжинірингу» [10].

V. Соціальні комунікації є штучно витворені, «науково визначені шляхи, способи, засоби, принципи взаємодії, що утворюють комунікаційні мережі, призначені для забезпечення зв'язків у суспільстві» [10].

VI. Соціальні комунікації є роботою, що має «виробничо-технологічні форми», які передбачають наявність «комунікаційної індустрії у державі та на міждержавному рівні». Така індустрія, на думку В. Різуна, «тягне за собою підготовку кадрів, організацію умов праці, передбачає менеджмент комунікаційної діяльності, а також розвиток системи професійних знань про цю справу» [10].

VII. В. Різун вважає, що слід визнати соціальноінженірінге вчення про «налагодження соціальних комунікацій, тобто наявність соціальнокомунікаційної справи» [10].

VIII. Соціальні комунікації включені до соціальної інженерії.

IX. Соціальні комунікації не є науками про комунікацію, але про «історію (виникнення й розвиток) вчення про соціальні комунікації, значення того виду соціальноінженерної справи, яку ми й назвали соціальнокомунікаційною». Соціальні комунікації є науками про «власне соціальні комунікації як продукт соціальнокомунікаційної справи» [10].

X. На думку В. Різуна, соціальні комунікації мають можливість вивчати цілий перелік об'єктів. До таких автор відносить одинадцять, шість із яких наводяться далі: «комунікаційна діяльність соціальних інститутів та форми й види інституціалізації комунікаційної діяльності соціальних інститутів»; «соціальнокомунікаційні системи (мережі), їх функціонування, особливості, розвиток, оптимізація, модернізація»; «соціальнокомунікаційний продукт, його форми та види»; «технології виготовлення, збереження та дистрибуції соціальнокомунікаційного продукту»; «засоби соціальної комунікації»; «форми та методи модернізації й оптимізації соціальнокомунікаційної справи» [10].

XI. Соціальні комунікації, впевнений В. Різун, слід вважати зряддям, і підтверджує свою позицію думкою О. О. Леонтьєва, який вважав, що «мовлення не заповнює собою всього «діяльнісного» акту» [1].

XII. Науки про соціальну комунікацію не можуть функціонувати, заявляє з упевненістю В. Різун, без «даних сучасної загальної, спеціальної, теоретичної й прикладної комунікативістики» [8].

XIII. За заявою В. Різуна, соціальнокомунікаційна інженерія й науки про неї потребують нині систематизації знань.

XIV. Між комунікативістикою й соціальними комунікаціями є плутанина в поняттях та термінах, що їх означають.

XV. В. Різун вважає, що слід принципово розрізнявати такі види спілкування, як: персональне, масове й соціальне. На думку дослідника:

– *персональне спілкування* виступає в «ролі функції людини як суб'єкта й використовується на операціональному, а не дієвому чи діяльнісному рівні її активності» [8];

– *масове спілкування* «має не персональний, а публічний характер», воно одновекторне, має суб'єктно-об'єктний характер і «піднімається вже до рівня системи дій» [8];

– *соціальне спілкування*, як занотовує В. Різун, «більш організований і технологічно обумовлений вид комунікації»; це діяльність, що «спрямована на встановлення та підтримання соціального зв'язку в суспільстві» [8].

В. Різун пропонує здійснити «мета-аналіз» для «систематизації комунікаційних знань». У такій справі є принциповим, на думку автора, «розмежування термінів «соціальна (суспільна) комунікація» та «соціальні (суспільні) комунікації». Дослідник наполягає на думці про те, що «необхідно кваліфікувати й соціальні комунікації як автономну справу, про яку може бути наука, яка не дублює комунікативістики, а використовує її». У зв'язку із зазначеним, В. Різун пропонує «соціальнокомунікаційну справу» назвати соціальнокомунікаційним інжинірингом, або теорією та історією соціальнокомунікаційного інжинірингу. Соціальні комунікації дослідник

пропонує назвати «соціальнокомунікаційні мережі» чи «соціальнокомунікаційні системи» [8].

Вживання слова «комунікація» в однині, на думку В. Різуна, має смисл тоді, коли мова йде про обмін інформацією, про міську комунікацію, наприклад, під землею. У множині слід, як вважає В. Різун, вживати термін «комунікація» лише тоді, коли обговорюються соціальні зв'язки. Звідси, варто, як пропонує дослідник, диференціювати поняття «матеріальна комунікація» (технічне з'єднання, наприклад, між будинками) й поняття «соціальні комунікації» (дія, взаємодія і відносини між елементами суспільства, соціальними елементами) [8].

Виходячи з викладеного, В. Різун вважає, що термін «соціальна комунікація» може вживатися в двох значеннях, а саме:

- 1) «соціальна комунікація як різновид соціальних комунікацій»;
- 2) «соціальна комунікація... як різновид публічного спілкування, що є окремим видом суспільно-культурної діяльності й лежить в основі соціальних комунікацій» [8].

Запропонована В. Різуні диференціація тлумачень терміна «соціальна комунікація» й уживання згаданого терміна в однині й множині повинні бути покладені в основу класифікації наук, що стосуються комунікації. Дослідник зауважує, що такий поділ «не є завершеним і достатнім» [8].

Аналізуючи проблеми методології досліджень соціальних комунікацій, В. Різун вважає, що «організація наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій спирається на ідею проектування та конструювання соціальних мереж у системі соціального інжинірингу в частині, яка стосується комунікаційної взаємодії як виду соціального зв'язку». Методологія наукової галузі «Соціальні комунікації» формується, на думку В. Різуна, «на такій

сукупності понять, тверджень, принципів, способів, які стосуються прямо чи опосередковано «об'єднання» соціуму за допомогою спілкування» [8].

За твердженнями В. Різуна, для вивчення соціальних комунікацій може бути актуальним соціальнокомунікаційний підхід. Автор вбачає суть методологічного підходу до вивчення соціальних комунікацій у «фіксації, моніторингу, описі, аналізі й інтерпретації даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу» [8]. На думку В. Різуна, комунікаційні об'єкти в соціальному вимірі повинні вивчатися з позицій таких методологічних положень:

7) «фіксація досліджуваного об'єкта в природній для нього системі суспільних координат (зв'язок із соціальною групою, фахом, віком, освітою, переконаннями, вірою тощо)» [8];

8) «спостереження за досліджуваним об'єктом у соціальних умовах» [8];

9) «експериментування з досліджуваним об'єктом у реальних або лабораторно відтворених соціальних умовах» [8];

10) «опис результатів спостережень чи експериментів відносно соціально заданих параметрів» [8];

11) «аналіз результатів досліджень у соціально заданому контексті»;

12) «соціально зорієнтована інтерпретація результатів аналізу».

В. Різун акцентує увагу на тому, що включення, наприклад, журналістикознавства й бібліотекознавства до наукової галузі «Соціальні комунікації» передбачає аналіз об'єктів і предметів дослідження «як особливих засобів соціальної інженерії» [8].

Разом із тим, слід, на думку В. Різуна, врахувати, що реалізація соціальної інженерії може здійснюватися лише за допомогою технологічних процесів,

технологій. Дослідник декларує: «...Успіх справи в організації соціальнокомунікаційних мереж великою мірою залежить від тих науково визначених шляхів, способів, принципів, знарядь, об'єктів та технік впливу, які й становлять основу тієї чи іншої технології» [8]. Автор вважає, що для соціальних комунікацій соціальнокомунікаційні технології є найважливішим об'єктом досліджень.

Дослідник В. Різун аналізує поняття «суспільна комунікаційна система», маючи на увазі «модель організації праці» й технологічну систему, «яка включає певну соціальну структуру як носія функцій комуніканта, об'єкт (суб'єкт) впливу – комуніката та засоби впливу (медіа тощо)» [8].

Свої погляди на соціальні комунікації В. Різун висловив у статті «Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії)» (2012).

Автор вважає, що комунікація як явище є самодостатнім об'єктом дослідження. Виділення такого об'єкту дослідження відбулося завдяки різним наукам. І саме тому, на переконання В. Різуна, досі відбувається «непорозуміння серед науковців» [11]. Незважаючи на різні позиції й уявлення науковців про комунікацію як об'єкт дослідження, В. Різун стверджує: «Україна пішла по шляху виділення окремої наукової галузі («Соціальні комунікації») і створення метатеорії на основі знань інших наук». Разом із твердженням дослідника про відносну самостійність наукової галузі «Соціальні комунікації», необхідно пам'ятати про те, що «де-факто ця наука залишиться... залежною від поняттєво-категоріального апарату соціології, психології, філології, філософії тощо». В. Різун вважає, що вчення про соціальні комунікації належить «до сфери інженерних вчень», які завжди технологічно спрямовані. В. Різун спирається на тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцовим: «Соціальні комунікації – це не наука, це вид соціальної

(гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій», і В. Різун додає: «а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу» [11].

В. Різун вважає, що «статус інженерного вчення не принижує соціальні комунікації, але однозначно надає їм статусу ремесла, професійної діяльності, фахівці якої виступають у ролі комунікаційних технологів (комунтехнологів), соціальних інженерів». І саме тому дослідник робить висновки про те, що соціальна інженерія як вчення «займе гідне місце серед технічних наук, які складатимуться з соціально-технічних та матеріально-технічних наук» [11].

На думку В. Різун, «будь-який вид соціальної комунікації в цілому може підлягати дослідженню», наприклад:

- «із точки зору становлення цього виду (історичний підхід для вивчення становлення виду соціальної комунікації);
- з'ясування суспільної природи та форм існування соціальної комунікації й кожного її виду залежно від суспільно-політичних умов тощо (онтологічний підхід);
- дослідження функціонування компонентів, елементів, складників кожного виду соціальної комунікації та взаємозв'язків між ними (системний підхід);
- дослідження вияву того чи іншого виду соціальних комунікацій залежно від вибору конкретних суспільно-політичних умов серед наявних альтернативних умов, чинників (інформаційний підхід)» [11].

Соціальнокомунікаційні дослідження сьогодні, як вважає В. Різун, вже можуть мати актуальні питання. Автор наводить декілька прикладів таких питань:

- «інституціоналізація, морфологізація, ієрархізація громади як суб'єкта-комуніката соціальних комунікацій;
- формування суб'єктно-суб'єктного підходу в системі соціального комунікування;
- протидія та ризики в соціальній комунікації, а саме ризики, які спричинені пасивністю суб'єкта-комуніката;
- вивчення механізмів перетворення суб'єкта комуніката на об'єкта;
- формування загальної, політичної, медійної культури в членів громади як способу боротьби з пасивністю громади» [11].

В. Різун, обговорюючи питання розробки соціальнокомунікаційного підходу до вивчення явищ і процесів у межах соціальних комунікацій, вважає, що до «соціальнокомунікаційної парадигми принципів дослідження явищ обов'язково входить:

- 1) вивчення явища в контексті суспільної взаємодії суб'єктів спілкування;
- 2) визначення функціонального статусу явища в цьому контексті взаємодії;
- 3) визначення залежності явища від мети, завдань і характеру суспільної взаємодії» [11].

Спираючись на попередників (Г. Почепцова й В. Різун), О. Холод запропонував власну концепцію соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і соціальнокомунікаційних технологій, створивши метамодель маніпуляції суспільства в рамках теорії інмутації суспільства (ТІС) і соціальноінжинірний аналіз (СІ-аналіз) Результати своїх досліджень О. Холод опублікував у працях останніх років (див.: [12–29]).

О. Холод пропонує визначати соціальні комунікації як інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й

вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві.

Соціальною інженерією О. Холод називає триєдиний комплекс процесів, спрямованих на:

4) *ідентифікацію* існуючих моделей соціальної активності (визначення одного оригінального явища, процесу з певної кількості інших, що є подібними до оригінального, але які відрізняються від нього);

5) за результатами ідентифікації *створення* нової (більш якісної) моделі соціальної активності суспільства;

6) *прагматизацію* в майбутньому дієвості й ефективності створених моделей соціальної активності суспільства [29, с. 21–26].

Описаний триєдиний комплекс процесів О. Холод називає ***триєдиним принципом реалізації соціальної інженерії*** й ілюструє прикладами [29, с. 21–26].

Приклад 1 – соціальна інженерія, що спирається на політичну активність суспільства.

Серед великої кількості моделей сучасної соціальної активності, що впливають на трансформацію свідомості суспільства, є процеси політичної активності. Одним із видів політичної активності є вибори. Під час виборів зацікавлені політичні суб'єкти використовують спеціально призначені соціальнокомунікаційні технології. Мета таких технологій – змінити свідомість суспільства в потрібному напрямку. Наприклад, політичні опоненти застосовують нечесні підрахунки голосів виборців із метою зміни співвідношення між показниками кількості прихильників політичних суб'єктів, які є лідерами. За результатами таких підрахунків певна політична сила переможе на виборах і почне змінювати на гірше (інмугувати) або на краще (мугувати) моделі поведінки суспільства. Іншими словами, на думку О. Холода,

відбудеться трансформація свідомості суспільства. Автор називає нечесний підрахунок голосів виборців технологією «нечесних підрахунків». Саме процес виокремлення ознак нечесних підрахунків голосів виборців, а пізніше – іменування такого процесу дослідник називає ідентифікацією або першим процесом соціальної інженерії [29, с. 21–26].

Другим процесом соціальної інженерії в прикладі О. Холода буде *створення* нової (більш якісної) моделі соціальної активності суспільства за результатами здійсненої ідентифікації. Нова модель соціальної активності повинна, на переконання автора, бути якіснішою за ту, яка буда ідентифікована. Шляхи покращення якості моделі соціальної активності суспільства можуть бути різними й спиратися на три вектори моделювання:

4) додавання до моделі декілька нових елементів;

5) трансформування моделі соціальної активності суспільства до критичної межі, після чого стара модель перетворюється на нову;

б) утворення нової моделі соціальної активності суспільства без урахування існуючих закономірностей і принципів побудови такої моделі.

У прикладі 1 моделі соціальної інженерії, що спирається на політичну активність суспільства, додаванням нових елементів до існуючої моделі буде, наприклад, як вважає О. Холод, перехід від виборів за партійними списками до моделі виборів за сумісним, комбінованим варіантом (і за партійними списками, і за мажоритарним принципом). Сама модель політичних виборів як політичної активності не змінена, лише доданий порядок виборів за мажоритарним принципом.

Трансформуючи існуючу модель політичних виборів президента, можна, упевнений О. Холод, настільки змінити модель соціальної політичної активності суспільства, що вона стане новою: треба, наприклад, запропонувати суспільству обирати президента не прямим способом завдяки поіменному

голосуванню громадян України, яким виповнилося на день виборів 18 років, на виборчих дільницях по всій країні в один день, а шляхом таємного голосування членів парламенту країни. Таким чином, вважає О. Холод, зміниться/трансформується свідомість і моделі поведінки суспільства, модель соціальної політичної активності суспільства до критичної межі, після чого стара модель перетворюється на нову [29, с. 21–26].

О. Холод передбачає: можливий також варіант, коли буде запропонована принципово нова модель соціальної політичної активності суспільства, яка не буде подібною до жодної з тих моделей, які існували й функціонували дотепер. Наприклад, кожний громадянин країни висловлює власну думку щодо політично-економічного устрою держави шляхом її разової фіксації у віртуальному вигляді в банку даних генеральної пам'яті суспільства. «Біологічно-електронний мозок людства» (термін О. Холода) самостійно визначає домінуючу позицію представників певної держави й оголошує своє рішення. Таке рішення не підлягатиме, впевнений автор, оскарженню чи скасуванню. Слід визнати в такому фантастичному варіанті принципово нову форму соціальної політичної активності суспільства, яка кардинально трансформує суспільство і його моделі поведінки.

Утворення нової (або трансформованої старої) моделі соціальної політичної активності суспільства не завершує, як вважає О. Холод, процес соціальної інженерії. Останнім етапом її є прагматизація в майбутньому дієвості й ефективності створених моделей соціальної політичної активності суспільства. Дослідник наводить приклад, коли фахівці соціальної інженерії, які дотичні до створення певної моделі, прагматизують (розраховують певний ступінь впливу дії запропонованої ними моделі) зміни в суспільстві. На думку О. Холода, плануючи наслідки дії певної моделі соціальної політичної активності суспільства, фахівці соціальної інженерії доходять висновків про те,

що вже нині слід готувати певні арсенали, ресурси для реалізації замисленого в майбутньому. Саме таким чином і здійснюється розвиток суспільства: завдяки їй через трансформацію свідомості суспільства.

Ефективним, на думку О. Холода, засобом трансформації свідомості суспільства слід вважати масові медіа (масмедіа).

Посилаючись на положення триєдиного принципу трансформації свідомості за рахунок соціальної інженерії, О. Холод вважає необхідним навести приклад, у якому яскраво ілюструвалася б дія згаданого принципу.

Приклад 2 – соціальна інженерія, що спирається на масмедійну активність суспільства.

У майбутньому з'явиться, на думку дослідника, потреба «вконструювання» у свідомість суспільства віри в те, що для відчуття щастя кожному працездатному члену суспільства необхідно відпрацювати за добу 10 годин на виробництві матеріальних цінностей і 6 годин на виробництві духовних цінностей. За триєдиним принципом реалізації соціальної інженерії, що спирається на масмедійну активність суспільства, вже нині слід здійснити такі дії:

4) *ідентифікувати* існуючі моделі масмедійної активності, достеменно вивчити їх;

5) за результатами ідентифікації існуючих моделей масмедійної активності суспільства *створити* нові (більш якісні) моделі;

6) *прагматизувати* на майбутнє дієвість та ефективність створених моделей соціальної масмедійної активності суспільства [29, с. 21–26].

Для узгодження дій соціальної інженерії з першим принципом (ідентифікація) спочатку, як вважає О. Холод, слід виокремити існуючі моделі масмедійної активності суспільства. До таких моделей, наприклад, автор відносить повідомлення новин на радіо та на телевізійних каналах щовечора в

певному порядку: реклама, політика, економіка, суспільство, культура, спорт, погода, реклама.

Відомо, зазначає О. Холод, що новини на деяких телевізійних каналах України (наприклад, «ІСТV», «СТБ») вже декілька років як змінили порядок подавання інформації відповідно в передачах «Факти» та «Вікна-новини». Згадані зміни стосуються перш за все порядку слідування тематичних блоків. Замість політики й економіки, телеглядачам пропонуються новини з рубрики «Суспільство». Такий спосіб додавання нових елементів в існуючу модель трансляції новин не є утворенням нової моделі, але трансформаційним засобом може називатися, вважає О. Холод [20, с. 202–208].

Другий принцип реалізації соціальної інженерії (утворення нової моделі) передбачає, як вважає дослідник, пропонування таких змін у моделях активності соціуму, які перетнуть межу критичної маси й набудуть ознак нових (більш якісних) моделей подавання новин. О. Холод наводить приклад: новини як такі не будуть мати рубрикацію «політика», «економіка», «спорт», «суспільство», «культура» або «спорт» чи «погода». Телеглядач сам буде обирати собі ті теми з різних рубрик, які йому хочеться переглянути (почути). Зміни за описуваним другим принципом соціальної інженерії, що спирається на масмедійну активність суспільства, також, впевнений О. Холод, є засобами трансформації свідомості суспільства.

За пропозицією О. Холода, третій принцип соціальної інженерії передбачає прагматизацію на майбутнє дієвості й ефективності створених моделей соціальної активності суспільства.

У наведеному прикладі 2 (про моделювання подавання новин за стандартними й штампованими рубриками) прагматизація фіксуватиметься в тому, що фахівці-масмедійники (журналісти й ті, хто дотичний до виробництва новин) не будуть пропонувати конкретні рубрики як такі й у конкретному

штампованому й стандартизованому вигляді й порядку. Вони будуть утворювати бази новин за тематичним наповненням (за рубриками), але подавати їх не будуть. Прагматичність полягає в тому, що, наприклад, телевізійна аудиторія сама буде визначати місце сприйняття й час сприйняття інформації, яка їй потрібна.

Отже, за наслідками аналізу прикладів 1 і 2, які наведені задля ілюстрації триєдиного принципу реалізації соціальної інженерії, О. Холод констатує, що обговорюваний принцип:

5) дозволяє описувати явища соціальної інженерії;

6) є таким, що пояснює існуючі явища й процеси соціальних комунікацій у суспільстві;

7) розтлумачує зв'язок між старими й нинішніми моделями масмедійної активності суспільства, з одного боку, і впливом на моделі активності суспільства в майбутньому, із другого боку;

8) детермінує об'єктивність стосунків і відносин між масмедіа й споживачами інформації в тих саме формах, які вимагає соціальний дискурс і пропонують існуючі моделі трансляції інформації.

У 2011 році О. Холод пропонує трактувати наукову галузь "Соціальні комунікації" (КОМТЕКА – комунікаційна тека) як "галузь знань, організаційно впорядковану систему документів, їх масив, продукти засобів масової комунікації та інформаційних технологій, які забезпечують реалізацію інформаційних процесів і намірів при безпосередній участі членів комунікаційного процесу" [21].

У 2013 році на базі створеної теорії інмутації суспільства О. Холод пропонує розглядати комунікаційні технології як комплекси-дії, спрямовані на зміну моделей поведінки в ході соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин при наявності обміну інформацією між комунікатором і комунікантом [28].

Пізніше, у 2015 році, дослідник пропонує на базі оригінальної концепції трьохетапного аналізу соціального інжинірингу (далі – СІ-аналіз, або триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії) тлумачити соціальні комунікації як процес здійснення соціальної взаємодії (ідентифікації комунікаційних моделей, утворення нових моделей комунікації і практичну перевірку таких) завдяки обміну інформацією [29, с. 21–26].

Суть концепції соціального інжинірингу О. Холод виклав у таких положеннях (див.: [12; 14; 20–29]):

1) предмет вивчення повинен спочатку бути ідентифікованим за своїми характеристиками як соціальний процес;

2) ідентифіковані характеристики дають можливість «дізнатися» про модель соціального процесу як адекватну/неадекватну для реалізації завдання фахівця із соціального інжинірингу;

3) на базі встановленої моделі (за умови її відповідності для вирішення поставлених завдань) відбувається її трансформація або створення нової моделі соціального процесу;

4) нова модель соціального процесу обов'язково перевіряється завдяки пілотним проектам і тільки після підтвердження ефективності модель «монтується» фахівцями у свідомість суспільства й реалізується непомітно як об'єктивний соціальний процес.

СІ-аналіз спирається на авторську концепцію соціального інжинірингу.

Смисл СІ-аналізу, за пропозицією О. Холода, полягає в розчленуванні цілого (продукту соціальних дій, взаємодій і відносин) на його структурні три частини (етапи) реалізації, а саме: перший етап – ідентифікація функціонуючих у суспільстві моделей соціальних дій, взаємодій і відносин; другий етап – моделювання (створення нових моделей) за результатами ідентифікованих

соціальних дій, взаємодій і відносин; третій етап – верифікація (практична перевірка) моделі, створеної на другому етапі.

IV. Висновки

1. Порівняння положень теорій і концепцій Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода мають можливість бути викладені в постулатах (від лат. *postulatum* – вимога) – твердження (судження), яке приймається в рамках будь-якої наукової теорії за дійсне, хоча є недоведеним її засобами, і тому грає в ній роль аксіоми» [3].

2. Як Г. Почепцов, так і В. Різун декларують підлеглий характер соціальних комунікацій по відношенню до соціального інжинірингу. Їхню точку зору підтримує О. Холод. Отже, положення, висловлені трьома дослідниками, можуть бути об'єднані в межах трьох груп постулатів:

- *перша група* – постулати соціального інжинірингу.
- *друга група* – постулати соціальних комунікацій.
- *третья група* – постулати комунікаційних технологій.

Далі ми пропонуємо в авторській редакції деталізацію кожної із згаданих груп.

Постулати соціального інжинірингу (СІ).

Постулат 1-СІ. Соціальний інжиніринг створений людьми й не є природним процесом.

Постулат 2-СІ. Соціальний інжиніринг може розглядатися як мистецтво (управління суспільством), вчення (наука про управління суспільством), методологія (шлях, засіб аналізу управління суспільством).

Постулат 3-СІ.

Соціальний інжиніринг застосовує соціальні комунікації як засоби реалізації.

Постулат 4-СІ. Соціальний інжиніринг здійснюється фахівцями.

Постулат 5-СІ. Соціальний інжиніринг має якнайменше три етапи реалізації: ідентифікація, моделювання, верифікація.

Постулат 6-СІ. Під час вивчення процесів соціального інжинірингу об'єктом є процеси конструювання соціальних змін спочатку в колективній свідомості суспільства, потім – у його реальному житті.

Постулат 7-СІ. Соціальний інжиніринг підлягає постійному контролю й корекції з боку фахівців.

Постулат 8-СІ. Наслідки соціального інжинірингу перетворюються на соціальне життя й не є соціальним інжинірингом.

Постулати соціальних комунікацій (СК)

Постулат 1-СК. Соціальні комунікації є штучним утворенням.

Постулат 2-СК. Соціальні комунікації реалізують соціальний інжиніринг.

Постулат 3-СК. Соціальні комунікації спрямовані на регулювання соціальних систем.

Постулат 4-СК. Під час вивчення соціальних комунікацій об'єктом є процеси, що спрямовані на регулювання соціальних дій, взаємодій і відносин завдяки обміну інформацією.

Постулат 5-СК. Соціальні комунікації мають стратегічні й оперативні засоби, що реалізуються в комунікаційних технологіях.

Постулати комунікаційних технологій (КТ)

Постулат 1-КТ. Комунікаційні технології створені людиною й тому мають соціальний характер.

Постулат 2-КТ. Комунікаційні технології не бувають позитивні (мутаційними) чи негативні (інмутаційними), такими їх роблять фахівці соціального інжинірингу.

Постулат 3-КТ. Комунікаційні технології реалізуються завдяки системі комунікаційних технік, останні – завдяки системі комунікаційних прийомів.

Постулат 4-КТ. Під час вивчення процесів комунікаційних технологій об'єктом є системи засобів, спрямованих на соціальні зміни завдяки комунікації.

Постулат 5-КТ. За своїм властивостями комунікаційні технології є нестійкі: позитивні (мутаційні) технології можуть трансформуватися в негативні (інмутаційні) технології й навпаки.

Постулат 6-КТ. Підґрунтям трансформацій комунікаційних технологій є епістема як система знань певної історичної епохи.

Постулат 7-КТ. Оцінка результативності дії комунікаційних технологій залежна від аксіології суспільства.

Перспективи подальших досліджень.

Вважаємо перспективними дослідження порівняльного характеру: з одного боку, варто порівняти ідеї соціального інжинірингу, які висував свого часу Ю. М. Резнік (90-ті роки ХХ ст.), з тими ідеями, які пропонують Г. Г. Почепцов, В. В. Різун й О. М. Холод. З іншого боку, необхідно порівняти ідеї соціального інжинірингу групи Резніка-Почепцова-Різун-Холода з тими ідеями соціального інжинірингу, які висувають дослідники за кордоном (10-ті роки ХХІ ст.).

Подяки.

Ми вдячні доктору філологічних наук, професору *Георгію Почепцову* за надання цінних матеріалів для висвітлення його ідей щодо соціального інжинірингу, а також доктору філологічних наук, професору *Володимирі Різуну* за постійну підтримку наших наукових ідей та розвідок.

Особливу подяку висловлюємо дружині – кандидату філологічних наук, доценту *Ганні Холод*, без турботливої орфографічної та пунктуаційної опіки якої стаття не мала б сенсу.

Список використаної літератури

1. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. — М.: Наука, 1969. — С. 27.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 року за № 1718 "Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь" і наказ Вищої атестаційної комісії України від 14 грудня 2007 року за № 67 "Про внесення змін і доповнень до Переліку спеціальностей, за якими проводяться захисти дисертацій на здобуття наукових ступенів кандидата наук і доктора наук, присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань".
3. Постулат [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://tolkslovar.ru/p15569.html> (дата звернення – 11.11.2016). — Назва з екрану.
4. Почепцов Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г. Почепцов. — К.: Альтерпрес, 2008. — 416 с.
5. Почепцов Г. Пятнадцать технологий современной пропагандистской и информационной войны (часть 1) [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. — Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/pyatnadtsat_tekhnologiy_sovremennoy_propagandistskoy_i_informatsionnoy_voyny_chast_1/ (дата звернення: 19.06.2016). — Назва з екрану.
6. Почепцов Г. Социальный инжиниринг: социо- и психотехники управления большими массами людей / Г. Почепцов. — К.: Альтерпрес, 2010. — 254 с.

7. Почепцов Г. Социокоммуникации и социосистемы [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (дата звернення: 8.06.2016). – Назва є екрану.
8. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 2. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2011. – с. 7–11.
9. Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / В. В. Різун // Комунікація. – № 1. – 2010. – С. 27–37.
10. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики: [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2011. — Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 2.03.2016). – Назва з екрану.
11. Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії) / В. Різун // Комунікація. – № 2. – 2012. – С. 8–18.
12. Холод О. Громадянське суспільство і ЗМК у системі соціального інжинірингу / О. Холод // Вісник Львівського університету. Сер. Журналістика. — 2013. — Вип. 38. — С. 228–234.
13. Холод О. М. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології» // Держава та регіони : науково-виробничий журнал [гол. ред. ради В. Л. Корінев]. Сер. Соціальні комунікації [гол. ред. О. В. Богуславський]. — № 2. — 2010. — С. 89–96.
14. Холод О. М. Ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена як концептуальне підґрунтя трансформації теорії соціальних комунікацій / О. М. Холод // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. — 2016. — № 1(25). — С. 31–38.

15. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій : навч. посіб. / О. М. Холод. — К. : КиМУ, 2013. — 294 с.
16. Холод О. М. Методологія нооцентризму в межах соціальних комунікацій / Холод О.М. // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. — № 4. — 2010. — С. 25–29.
17. Холод О. М. Психологічне і соціологічне підґрунтя формування теорій комунікаційних технологій / Холод О.М. // Психолінгвістика : [зб. наук. праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]. — Переяслав-Хмельницький : ПП «СКД», 2011. — Вип. 8. — С. 210–217.
18. Холод О. М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика: наук. журн. [наук. ред. Г. Я. Холод та О. М. Холод]. — Т. 1. — К. : МЦД «Комтека», 2015. — С. 5–14.
19. Холод О. М. Соціальна комунікація як текстова діяльність у концепції Тамари Дрідзе / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика: наук. журн. [наук. і літ. ред. Г. Я. Холод; наук. ред. О. М. Холод]. — Т. 3. — К., 2016. — С. 87–92.
20. Холод О. М. Соціальний інжиніринг і соціальні комунікації: порівняльний аналіз / О. М. Холод // Український інформаційний простір : наук. журнал [гол. ред. М. С. Тимошик]. — Число 3. — К.: КНУКіМ, 2014. — С. 202–208.
21. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Холод О. М. (лист 1/11-6312 від 12.07.2010). — Львів : ПАІС, 2011. — 288 с.
22. Холод О. М. Структура і види соціальних комунікацій // Держава та регіони : науково-виробничий журнал [гол. ред. ради В. Л. Корінев]. Сер. Соціальні комунікації [гол. ред. О. В. Богуславський]. — № 3. — 2010. — С. 32–36.

23. Холод О. М. Сучасні теорії та тенденції розвитку соціальних комунікацій: курс лекцій. — У 2-х т. — Т. 1 / О. М. Холод. — К.: КНУКіМ, Українська асоціація психолінгвістів, 2016. — 214 с.
24. Холод О. М. Тенденції розвитку наукової галузі "Соціальні комунікації" [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Academia.edu. — San Francisco, CA, USA. — Режим доступу: https://www.academia.edu/15281389/Тенденції_розвитку_наукової_галузі_Соціальні_комунікації_ (дата звернення: 17.09.15). — Назва з екрану.
25. Холод О. М. Теорія інмутації суспільства : монографія / Холод О. М. — К. : КиМУ, 2011. — 305 с.
26. Холод О. М. Теорія та історія соціальних комунікацій : курс лекцій / Холод О. М. — К. : КиМУ, 2013. — 232 с.
27. Холод О. М. Формування теорій комунікаційних технологій / Холод О.М. // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони : науково-практичний журнал. — 2011. — № 1–2 (10–11). — С. 86–92.
28. Холод О.М. Комунікаційні технології : підручник / Холод О.М. (лист № 1/11 –11273 від 01.12.2011). — К. : ЦУЛ, 2013. — 212 с.
29. Холод О.М. Триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії / О. М. Холод // Соціальний інжиніринг: моделі й технології: кол. монографія [за наук. ред. О. Холода; автори: Л. Бадюл, А. Бартошек, А. Єндрюзик та ін.]. — К.: КНУКіМ, 2015. — С. 21–26.
30. Tremblay G. From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the global village to the world empire // Canadian Journal of Communication. — 2014. — Vol. 37. — N 4.

Розділ 2.2.

**ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЙ
СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ****V. Вступ**

У дослідженнях фахівців із соціальних комунікацій все частіше декларується відчутна проблема відсутності методологічних підвалин дослідження процесів соціальних комунікацій як в Україні, так і світі також. Згадана проблема ґрунтується на різних поглядах представників Київської школи соціальних комунікацій Г. Почепцова [4–7], В. Різуна [8–11] і частково М. Хилька, В. Корнєєва, що тягне за собою різні тлумачення, інтерпретації та розпорошує можливу єдність у формуванні єдиного концептуального теоретико-методологічного підходу до вивчення процесів соціальних комунікацій. Згадану проблему побіжно обговорюють й зарубіжні дослідники: наприклад, G. Tremblay [30].

Згадана проблема пов'язана з такими важливим науковими (див. п.п. 1–3 далі) й практичними (див. п.п. 4–6 далі) завданнями:

- 7) формування сталої й верифікованої концепції соціального інжинірингу;
- 8) уточнення значення терміна «соціальний інжиніринг»;
- 9) верифікація кореляції між поняттями «соціальний інжиніринг» і «соціальні комунікації»;
- 10) виокремлення конкретних верифікованих (практично перевірених) ознак процесів соціального інжинірингу;
- 11) цілеспрямоване «вмонтування» у свідомість суспільства потрібних ініціатору ознак процесів соціального інжинірингу для підвищення ефективності впливу;

12) визначення інструментів контролю за практичною реалізацією процесів соціального інжинірингу.

Аналіз стану розробки проблеми й виділення невіршених раніше частин загальної проблеми.

III. Постановка проблеми

Метою дослідження є пошук спільного й розбіжного в концептуальних підходах згаданих дослідників до вивчення процесів соціального інжинірингу в межах наукової галузі «Соціальної комунікації», формулювання власної концепції й постулатів соціального інжинірингу.

Методи дослідження: опис, який допомагає зафіксувати значимі деталі концепцій трьох згаданих дослідників; метод аналогії, завдяки якому встановлюються подібності й розбіжності згаданих концепцій; метод аналізу й синтезу, що дозволило відповідно розчленувати розуміння соціального інжинірингу на складові частини й з'єднати виділені для аналізу частини в єдину систему; метод узагальнення як встановлення загальних властивостей і ознак соціального інжинірингу; метод аналогії, який надав можливість знайти подібні й розбіжні ознаки в уявленнях трьох науковців про соціальні комунікації в межах наукової галузі «Соціальні комунікації».

V. Результати дослідження

Георгій Георгійович Почепцов – один із ключових дослідників проблем комунікаційного інжинірингу й ідей соціальних комунікацій в Україні. До праць автора, у яких він аналізує процеси соціальних комунікацій, слід віднести «Комунікаційний інжиніринг» (2008) [4], «Соціальний інжиніринг: соціо- та психотехніки» (2010) [6].

До авторства Г. Почепцова також відноситься і стаття «Соціальні комунікації і нові комунікативні технології» (2010). Аналіз останньої статті свідчить про те, що Г. Почепцов вважає соціальні комунікації такими, що

«налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього як короткотривалий (тактичний), так і довготривалий (стратегічний) інструментарій».

Більш детальне тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцов подає в іншій праці й називає їх не наукою, а видом «соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій, а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу).

У праці «Соціокомунікації і соціосистеми» Г. Почепцов називає соціальні комунікації «соціокомунікаціями» й пропонує визначення соціальних комунікацій у такому формулюванні: «соціокомунікації, або соціальні комунікації, є об'єднуючим поняттям для всіх комунікацій соціосистеми – приватних і публічних. Будь-яка комунікація сприяє соціалізації, оскільки збільшує область загальних знань і дій людей» [6].

Дослідник визначає завдання, які зазвані виконувати соціокомунікації, і перелічує її:

- «утримувати існуючий стан соціосистеми,
- переводити соціосистеми в новий стан,
- активувати або блокувати певні параметри соціосистеми» [6].

На думку Г. Почепцова соціокомунікації необхідно диференціювати на два типи:

- 1-ий тип – «синхронні (у межах одного покоління);
- 2-й тип – діахронні (пов'язані з минулим)».

До першого типу автор відносить комунікації між живими, до другого типу – між живими й мертвими (наприклад, книги й інші комунікативні продукти, що були створені в минулому) [6].

Між соціальними комунікаціями в тлумаченні Г. Почепцовим, комунікативним інжинірингом і соціальним інжинірингом існує зв'язок. У своїй праці «Комунікативний інжиніринг: теорія і практика» (2008) Г. Почепцов, за словами видавця, повідомляє про те, що комунікативний інжиніринг «спрямований на доставку потрібних смислів заданим цільовим аудиторіям» [4]. Такими можуть бути й «революційні смисли, які здатні трансформувати суспільство, як це не раз бувало в історії людства..., можуть бути й заспокійливі смисли, які ми бачимо, наприклад, у «мільній опері» й деяких інших розважальних жанрах». Слід згадати про те, що Г. Почепцов тлумачить соціальні комунікації не наукою, а видом «соціальної (гуманітарної) інженерії» (яка не існує без комунікації) [4].

Слід вбачати в комунікативному інжинірингові вид соціального інжинірингу. На думку фахівців із видання «Альтпрес», комунікативний інжиніринг є новою «спеціалізацією в області комунікативних наук». Також автори впевнені, що комунікативний інжиніринг є різними способами «побудови комунікативних мереж для вирішення соціальних, військових, політичних, дипломатичних, економічних завдань» [4]. Таким чином, соціальні комунікації автором пов'язуються з комунікативним інжинірингом. Різниця між соціальними комунікаціями й комунікативним інжинірингом не обговорюється Г. Почепцовим.

Оскільки соціальні комунікації реалізуються завдяки соціальнокомунікаційним технологіям, остільки необхідно аналізувати їхні різні види, групи й типи. До одного з частотних, активно використовуваних типів соціальнокомунікаційних технологій Г. Почепцов відносить ті, що спрямовані на пропаганду. У трьох частинах, опублікованих 2016 року на сайті «Mediasapiens.kiev.ua» [5], Г. Почепцов описує 15 соціальнокомунікаційних технологій, спрямованих на ведення пропагандистської й інформаційної війни.

Дослідник пропонує такий перелік соціальнокомунікаційних згаданих технологій:

- 31) руйнування інформаційного монополізму;
- 32) перерозподіл інформаційної ваги ігроків;
- 33) створення керованих масових єдностей;
- 34) керування сприйняттям;
- 35) керування героїкою;
- 36) керування ворогами;
- 37) маніпуляція джерелами інформації;
- 38) керування парадоксальністю;
- 39) керування каналом комунікації;
- 40) керування фреймами;
- 41) керування розважальністю;
- 42) керування сакральністю;
- 43) керування технологіями для здійснення пропаганди;
- 44) керування історією;
- 45) керування за допомогою великих масивів інформації [5].

Перелічені нові технології, на думку Г. Почепцова, «дозволяють порушувати інформаційний порядок, який вже склався» під час здійснення нових соціальних комунікацій. До того ж, як вважає дослідник, «у голові людини є еквівалентність інформаційної й фізичної картини світу», і «саме тому зміни в інформаційному уявленні вона автоматично переносить на реальність» [5]. Звідси, зміни соціальних комунікацій залежні від змін в уявленнях людей, що у свою чергу знаходиться в прямій залежності від змін у реальному світі.

Соціальні комунікації здійснюють соціальний інжиніринг. На думку Г. Почепцова, «структура (економіка) інформації відрізняється від структури

(економіки) знань. Якщо інформація може базуватися на одному спостереженні, то знання потребують більшого числа спостережень» [5]. Дослідник підсумовує: «кожна маніпуляція намагається подати свою інформацію як знання» [5]. Г. Почепцов яскраво ілюструє тезу декількома прикладами соціальнокомунікаційних технологій. Оскільки реклама «закладає свою інформацію в мозок споживача, щоб «увімкнути» її в момент потреби, що виникає», спрацьовує те, що дослідник називає «перехід»: «реклама зубної пасти на екрані – бренд полицки в супермаркеті». Цікавим слід вважати зауваження Г. Почепцова: «за два тижні джерело інформації стирається з пам'яті й перетворюється з інформації в знання» [5]. Таким чином соціальні комунікації (завдяки рекламі) конструюють поведінку споживача (іншими словами, здійснюють соціальний інжиніринг споживача).

Так само соціальні комунікації можуть створювати потрібний дискурс. Така думка ілюструється прикладом Г. Почепцова, який пригадає пропагандистський інструмент (технологію) радянських часів. У маловідомій газеті, наприклад, в Індії, подається інформація як знання про певний предмет обговорення. Через деякий час радянські авторитетні газети передруковують ідеологічно потрібний (і заздалегідь підготовлений) матеріал з індійської газети з посиланням на джерело. Жодного обману немає: реально існує індійська газета, яка подала інформацію про певний дискурс, а радянські інформаційні агентства лише передрукували таку інформацію. У наведеному прикладі спостерігається маніпуляція з джерелом, що Г. Почепцов називає маніпулятивною технологією. Надалі, після обробки отриманої з індійської газети інформації, радянська влада приймає відповідне рішення, оскільки дискурс того вимагає. Г. Почепцов вдало зазначає, що інтернет сьогодні створює множинність джерел і є масовим говорінням, оскільки «викинути» в інтернеті свою думку сьогодні коштує досить дешево [5].

Цікавим ефектом сьогодні в інтернеті є тролінг, який дозволяє будь-кому «конструювати» (здійснювати соціальний інжиніринг) реальність за власним бажанням, записуючи «потрібні» думки (застосовувати соціальні комунікації) заради подразнювання удаваного опонента під час віртуальної розмови-суперечки. Троль (той, хто здійснює тролінг як стимулювання суперечок) створює своїми неістинними аргументами неістину інформацію про «реальність», наприклад, перекирчуючи факти історії. «Жертва», або «м'ясо» (той, хто втягується в обговорення з тролем і має протилежну точку зору) прагне «вивести на чисту воду» троля, але перебуває непомітно для себе в ірреальному світі спалюваних фактів, завдяки яким троль створив неправдиву інформацію. Соціальний інжиніринг відбувається на очах у троля і його жертви завдяки соціальним комунікаціям, які реалізуються за допомогою соціальнокомунікаційної технології тролювання [5].

У межах соціального інжинірингу Г. Почепцов розглядає метод блокування раціональності, який він називає «керування парадоксальністю» [5]. Здійснюється такий метод (варто його називати «соціальнокомунікаційна технологія») завдяки введенню в реальність неочікуваних тактик, моделей поведінки тих, від кого очікували лише традиційно налаштовані консервативні соціальні комунікації. Г. Почепцов наводить приклад, коли під час «перестройки» радянські керівники вирішили припинити глушіння західних радіостанцій. У зв'язку із цим потребувалося на екранах телебачення «запустити» нові молодіжні проекти, аби «притягнути» увагу молоді до парадоксально нового телепродукту й відволікти їх від слухання «ворожих голосів» із Заходу. Молодь періоду «перестройки» не очікувала появи досить несподіваної на той час телепрограми «Взгляд», ведучі яких сміливо й критично виступали проти застійних соціальних процесів в економіці, політиці, науці, культурі й спорті тощо. Несподіваність мала парадоксальний характер

ще й тому, що телепрограма «Взгляд» починалася за півгодини до півночі й завершувалася біля другої години ночі. До виходу телепрограми все телемовлення в СРСР припинялося о 23.30–24.00. Г. Почепцов, аналізуючи соціальнокомунікаційну технологію керування парадоксальністю, зауважує: «Виходить, що парадоксальність людини, факту, теорії захоплює нас і не дає можливості увімкнути критичне мислення» [5]. Саме завдяки описаній соціальнокомунікаційній технології «Управління парадоксальністю» в пізньому СРСР відбувалася спроба здійснення соціального інжинірингу.

Згадуючи соціальні практики в галузі пропаганди за часи СРСР, Г. Почепцов зауважує, що комунікація була здатна виконувати роль інструменту трансформації суспільства. Але за часи СРСР ще не було дигітальної (від англ. digital – цифровий) інформації, яка розповсюджується електронними пристроями (гаджетами). Дослідник вказує на те, що пропагандистам слід взяти на озброєння швидкість сприйняття користувачами-читачами дигітальної інформації і швидкість прийняття рішення тими, хто сприймає дигітальний текст. Г. Почепцов пропонує технології, побудовані на дигітальних каналах розповсюдження інформації, називати керуванням каналом комунікації (ККК), «коли певні типи меседжів можуть подаватися одним каналом, інші – іншим» [5].

Соціальний інжиніринг фіксується на рівні подавання інформації в різних форматах-фреймах. Г. Почепцов ілюструє соціальнокомунікаційну технологію керування фреймами й називає її «метод керування фреймами» (метод КФ). Суть дії згаданої технології соціального інжинірингу полягає в тому, що в медіа споживачеві інформації пропонують епізодичну інформацію (за Г. Почепцовим, – «епізодичний фрейм»), яка має свій певний дискурс, системне пояснення (за Г. Почепцовим, – тематичний фрейм»). В епізодичному фреймі аудиторія «бачить» лише фрагмент реальності й не має можливості відтворити причини й

наслідки такого фрагменту. Винним у негативному фрагменті реальності виявляється конкретний суб'єкт. Коли ж медіа подає тематичний фрейм, винним у наявності негативних епізодичних фреймах стає соціальна інституція, держава насамкінець. Саме тому, підсумовує Г. Почепцов, пересічному реципієнтові демонструють переважно епізодичні фрейми, які не є системою, які не дозволяють ув'язати багато епізодичних фреймів у єдине ціле, у єдину систему [5]. Застосування соціальнокомунікаційної технології керування фреймами є продуктивною для будь-якого політичного режиму, метою якого є керування суспільством, диктат влади.

Аналізуючи роль і вплив технологій соціальних мереж на прийняття рішень, що змінюють суспільство, Г. Почепцов зазначає: «Техніка перестає бути всього лише технікою, коли від неї починають залежати вчинки й мотивації людей» [5]. Дослідник уточнює свою думку: «Якщо наявність тієї чи іншої технології починає впливати на політичні рішення, більш того, може призводити до зміни режиму в країні, це свідчить про те, що є зв'язка «технічне + політичне», що посилюючи те, що іменується технічним, ми можемо отримувати політичні результати» [5]. Отже, конструювання політичного (соціального) сьогодні залежить від технічного (технологій), які автор вбачає в соціальних мережах (наприклад, «Фейсбук», «Вконтакте», «Твіттер» тощо). Застосування соціальнокомунікаційних технологій соціальних мереж дозволить владі здійснювати ефективний контроль над суспільством, «будувати» (інженірувати) суспільство.

У справі соціального інжинірингу важливу роль виконує вміння керувати минулим. Г. Почепцов описує соціальнокомунікаційну технологію керування минулим (КМ), посиляючись на думку історика Фамі, який свого часу був активним учасником Арабської весни. Фамі на прикладі Угорщини, яку він називає країною «з такою складною історією», ілюструє думку про те, що будь-

яка країна могла б відшукати у своїй історії момент, коли вона не була «забруднена ні комунізмом, ні нацистською окупацією, ні громадянською війною» [5]. Такий момент, стверджує історик Фарі, може стати як «об'єднуючий інструментарій, на якому побудують свої надії на майбутнє» [5]. Отже, керування минулим як соціальнокомунікаційна технологія може, на думку Г. Почепцова, ефективно використовуватися пропагандистами для соціального інжинірингу.

Г. Почепцов у багатьох своїх наукових працях й популяризаторських статтях для медіа підкреслював і продовжує акцентувати увагу на тому, що соціальні комунікації завдяки соціальнокомунікаційним технологіям є інструментарієм для соціального інжинірингу.

Послідовно, після знакових, на наш погляд, праць Г. Почепцова, виходять праці В. Різуна, який зробив вагомий внесок у становлення й розвиток наукової галузі «Соціальні комунікації» в Україні.

В. Різун запропонував власний погляд на соціальні комунікації, який не є окремою стрункою теорією, але принципами й положеннями щодо потенційної теорії соціальних комунікацій.

Основні положення погляду В. Різуна на соціальні комунікації подані в широковідомих статтях «До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці» [9] й «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій» [8; 10], а також – «Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії)» [11].

В. Різун запропонував розглядати соціальні комунікації як «таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення й підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності» [9]. На думку автора, така діяльність «спрямована на розробку, впровадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у

суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами» [9]. В. Різун зазначає, що, «з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» [9]. Дослідник вважає, що згадані ним комунікації є «соціально маркованими, бо передбачають взаємодію із соціально визначеними групами людей» [9]. В. Різун переконаний у тому, що «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільнокомунікаційної справи» [9].

У праці «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій» В. Різун робить акценти й розглядає такі ключові питання.

15. Соціальні комунікації слід вивчати як практичну справу, що належить до «сфери соціальної інженерії (соціального інжинірингу)» [10].

16. Соціальні комунікації необхідно розглядати як засоби ефективного зв'язку між соціальними інститутами.

17. Проектування й впровадження соціальних комунікацій є «справою соціального інжинірингу» [10].

18. Соціальні комунікації є штучно витворені, «науково визначені шляхи, способи, засоби, принципи взаємодії, що утворюють комунікаційні мережі, призначені для забезпечення зв'язків у суспільстві» [10].

19. Соціальні комунікації є роботою, що має «виробничо-технологічні форми», які передбачають наявність «комунікаційної індустрії у державі та на міждержавному рівні». Така індустрія, на думку В. Різун, «тягне за собою підготовку кадрів, організацію умов праці, передбачає менеджмент комунікаційної діяльності, а також розвиток системи професійних знань про цю справу» [10].

20. В. Різун вважає, що слід визнати соціальноінженірінге вчення про «налагодження соціальних комунікацій, тобто наявність соціальнокомунікаційної справи» [10].

21. Соціальні комунікації включені до соціальної інженерії.

22. Соціальні комунікації не є науками про комунікацію, але про «історію (виникнення й розвиток) вчення про соціальні комунікації, значення того виду соціальноінженерної справи, яку ми й назвали соціальнокомунікаційною». Соціальні комунікації є науками про «власне соціальні комунікації як продукт соціальнокомунікаційної справи» [10].

23. На думку В. Різуна, соціальні комунікації мають можливість вивчати цілий перелік об'єктів. До таких автор відносить одинадцять, шість із яких наводяться далі: «комунікаційна діяльність соціальних інститутів та форми й види інституціалізації комунікаційної діяльності соціальних інститутів»; «соціальнокомунікаційні системи (мережі), їх функціонування, особливості, розвиток, оптимізація, модернізація»; «соціальнокомунікаційний продукт, його форми та види»; «технології виготовлення, збереження та дистрибуції соціальнокомунікаційного продукту»; «засоби соціальної комунікації»; «форми та методи модернізації й оптимізації соціальнокомунікаційної справи» [10].

24. Соціальні комунікації, впевнений В. Різун, слід вважати зряддям, і підтверджує свою позицію думкою О. О. Леонтьєва, який вважав, що «мовлення не заповнює собою всього «діяльнісного» акту» [1].

25. Науки про соціальну комунікацію не можуть функціонувати, заявляє з упевненістю В. Різун, без «даних сучасної загальної, спеціальної, теоретичної й прикладної комунікативістики» [8].

26. За заявою В. Різуна, соціальнокомунікаційна інженерія й науки про неї потребують нині систематизації знань.

27. Між комунікативістикою й соціальними комунікаціями є плутанина в поняттях та термінах, що їх означають.

28. В. Різун вважає, що слід принципово розрізнявати такі види спілкування, як: персональне, масове й соціальне. На думку дослідника:

– *персональне спілкування* виступає в «ролі функції людини як суб'єкта й використовується на операціональному, а не дієвому чи діяльнісному рівні її активності» [8];

– *масове спілкування* «має не персональний, а публічний характер», воно одновекторне, має суб'єктно-об'єктний характер і «піднімається вже до рівня системи дій» [8];

– *соціальне спілкування*, як занотовує В. Різун, «більш організований і технологічно обумовлений вид комунікації»; це діяльність, що «спрямована на встановлення та підтримання соціального зв'язку в суспільстві» [8].

В. Різун пропонує здійснити «мета-аналіз» для «систематизації комунікаційних знань». У такій справі є принциповим, на думку автора, «розмежування термінів «соціальна (суспільна) комунікація» та «соціальні (суспільні) комунікації». Дослідник наполягає на думці про те, що «необхідно кваліфікувати й соціальні комунікації як автономну справу, про яку може бути наука, яка не дублює комунікативістики, а використовує її». У зв'язку із зазначеним, В. Різун пропонує «соціальнокомунікаційну справу» назвати соціальнокомунікаційним інжинірингом, або теорією та історією соціальнокомунікаційного інжинірингу. Соціальні комунікації дослідник пропонує назвати «соціальнокомунікаційні мережі» чи «соціальнокомунікаційні системи» [8].

Вживання слова «комунікація» в однині, на думку В. Різуна, має смисл тоді, коли мова йде про обмін інформацією, про міську комунікацію, наприклад, під землею. У множині слід, як вважає В. Різун, вживати термін

«комунікація» лише тоді, коли обговорюються соціальні зв'язки. Звідси, варто, як пропонує дослідник, диференціювати поняття «матеріальна комунікація» (технічне з'єднання, наприклад, між будинками) й поняття «соціальні комунікації» (дія, взаємодія і відносини між елементами суспільства, соціальними елементами) [8].

Виходячи з викладеного, В. Різун вважає, що термін «соціальна комунікація» може вживатися в двох значеннях, а саме:

- 1) «соціальна комунікація як різновид соціальних комунікацій»;
- 2) «соціальна комунікація... як різновид публічного спілкування, що є окремим видом суспільно-культурної діяльності й лежить в основі соціальних комунікацій» [8].

Запропонована В. Різуні диференціація тлумачень терміна «соціальна комунікація» й уживання згаданого терміна в однині й множині повинні бути покладені в основу класифікації наук, що стосуються комунікації. Дослідник зауважує, що такий поділ «не є завершеним і достатнім» [8].

Аналізуючи проблеми методології досліджень соціальних комунікацій, В. Різун вважає, що «організація наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій спирається на ідею проектування та конструювання соціальних мереж у системі соціального інжинірингу в частині, яка стосується комунікаційної взаємодії як виду соціального зв'язку». Методологія наукової галузі «Соціальні комунікації» формується, на думку В. Різуна, «на такій сукупності понять, тверджень, принципів, способів, які стосуються прямо чи опосередковано «об'єднання» соціуму за допомогою спілкування» [8].

За твердженнями В. Різуна, для вивчення соціальних комунікацій може бути актуальним соціальнокомунікаційний підхід. Автор вбачає суть методологічного підходу до вивчення соціальних комунікацій у «фіксації, моніторингу, описі, аналізі й інтерпретації даних у системі понять

соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу» [8]. На думку В. Різуна, комунікаційні об'єкти в соціальному вимірі повинні вивчатися з позицій таких методологічних положень:

13) «фіксація досліджуваного об'єкта в природній для нього системі суспільних координат (зв'язок із соціальною групою, фахом, віком, освітою, переконаннями, вірою тощо)» [8];

14) «спостереження за досліджуваним об'єктом у соціальних умовах» [8];

15) «експериментування з досліджуваним об'єктом у реальних або лабораторно відтворених соціальних умовах» [8];

16) «опис результатів спостережень чи експериментів відносно соціально заданих параметрів» [8];

17) «аналіз результатів досліджень у соціально заданому контексті»;

18) «соціально зорієнтована інтерпретація результатів аналізу».

В. Різун акцентує увагу на тому, що включення, наприклад, журналістикознавства й бібліотекознавства до наукової галузі «Соціальні комунікації» передбачає аналіз об'єктів і предметів дослідження «як особливих засобів соціальної інженерії» [8].

Разом із тим, слід, на думку В. Різуна, врахувати, що реалізація соціальної інженерії може здійснюватися лише за допомогою технологічних процесів, технологій. Дослідник декларує: «...Успіх справи в організації соціальнокомунікаційних мереж великою мірою залежить від тих науково визначених шляхів, способів, принципів, знарядь, об'єктів та технік впливу, які й становлять основу тієї чи іншої технології» [8]. Автор вважає, що для

соціальних комунікацій соціальнокомунікаційні технології є найважливішим об'єктом досліджень.

Дослідник В. Різун аналізує поняття «суспільна комунікаційна система», маючи на увазі «модель організації праці» й технологічну систему, «яка включає певну соціальну структуру як носія функцій комуніканта, об'єкт (суб'єкт) впливу – комуніката та засоби впливу (медіа тощо)» [8].

Свої погляди на соціальні комунікації В. Різун висловив у статті «Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії)» (2012).

Автор вважає, що комунікація як явище є самодостатнім об'єктом дослідження. Виділення такого об'єкту дослідження відбулося завдяки різним наукам. І саме тому, на переконання В. Різуна, досі відбувається «непорозуміння серед науковців» [11]. Незважаючи на різні позиції й уявлення науковців про комунікацію як об'єкт дослідження, В. Різун стверджує: «Україна пішла по шляху виділення окремої наукової галузі («Соціальні комунікації») і створення метатеорії на основі знань інших наук». Разом із твердженням дослідника про відносну самостійність наукової галузі «Соціальні комунікації», необхідно пам'ятати про те, що «де-факто ця наука залишиться... залежною від поняттєво-категоріального апарату соціології, психології, філології, філософії тощо». В. Різун вважає, що вчення про соціальні комунікації належить «до сфери інженерних вчень», які завжди технологічно спрямовані. В. Різун спирається на тлумачення терміна «соціальні комунікації» Г. Почепцовим: «Соціальні комунікації – це не наука, це вид соціальної (гуманітарної) інженерії, конструювання, побудови, організації соціальних процесів, суспільної взаємодії тощо (не соціальний інжиніринг є складовою соціальних комунікацій)», і В. Різун додає: «а принципово – соціальні комунікації є видом соціального інжинірингу» [11].

В. Різун вважає, що «статус інженерного вчення не принижує соціальні комунікації, але однозначно надає їм статусу ремесла, професійної діяльності, фахівці якої виступають у ролі комунікаційних технологів (комунтехнологів), соціальних інженерів». І саме тому дослідник робить висновки про те, що соціальна інженерія як вчення «займе гідне місце серед технічних наук, які складатимуться з соціально-технічних та матеріально-технічних наук» [11].

На думку В. Різун, «будь-який вид соціальної комунікації в цілому може підлягати дослідженню», наприклад:

- «із точки зору становлення цього виду (історичний підхід для вивчення становлення виду соціальної комунікації);
- з'ясування суспільної природи та форм існування соціальної комунікації й кожного її виду залежно від суспільно-політичних умов тощо (онтологічний підхід);
- дослідження функціонування компонентів, елементів, складників кожного виду соціальної комунікації та взаємозв'язків між ними (системний підхід);
- дослідження вияву того чи іншого виду соціальних комунікацій залежно від вибору конкретних суспільно-політичних умов серед наявних альтернативних умов, чинників (інформаційний підхід)» [11].

Соціальнокомунікаційні дослідження сьогодні, як вважає В. Різун, вже можуть мати актуальні питання. Автор наводить декілька прикладів таких питань:

- «інституціоналізація, морфологізація, ієрархізація громади як суб'єкта-комуніката соціальних комунікацій;
- формування суб'єктно-суб'єктного підходу в системі соціального комунікування;

– протидія та ризики в соціальній комунікації, а саме ризики, які спричинені пасивністю суб'єкта-комуніката;

– вивчення механізмів перетворення суб'єкта комуніката на об'єкта;

– формування загальної, політичної, медійної культури в членів громади як способу боротьби з пасивністю громади» [11].

В. Різун, обговорюючи питання розробки соціальнокомунікаційного підходу до вивчення явищ і процесів у межах соціальних комунікацій, вважає, що до «соціальнокомунікаційної парадигми принципів дослідження явищ обов'язково входить:

- 1) вивчення явища в контексті суспільної взаємодії суб'єктів спілкування;
- 2) визначення функціонального статусу явища в цьому контексті взаємодії;
- 3) визначення залежності явища від мети, завдань і характеру суспільної взаємодії» [11].

Спираючись на попередників (Г. Почепцова й В. Різун), О. Холод запропонував власну концепцію соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і соціальнокомунікаційних технологій, створивши метамодель маніпуляції суспільства в рамках теорії інмутації суспільства (ТІС) і соціальноінжинірингний аналіз (СІ-аналіз) Результати своїх досліджень О. Холод опублікував у працях останніх років (див.: [12–29]).

О. Холод пропонує визначати соціальні комунікації як інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві.

Соціальною інженерією О. Холод називає триєдиний комплекс процесів, спрямованих на:

7) *ідентифікацію* існуючих моделей соціальної активності (визначення одного оригінального явища, процесу з певної кількості інших, що є подібними до оригінального, але які відрізняються від нього);

8) за результатами ідентифікації *створення* нової (більш якісної) моделі соціальної активності суспільства;

9) *прагматизацію* в майбутньому дієвості й ефективності створених моделей соціальної активності суспільства [29, с. 21–26].

Описаний триєдиний комплекс процесів О. Холод називає ***триєдиним принципом реалізації соціальної інженерії*** й ілюструє прикладами [29, с. 21–26].

Приклад 1 – *соціальна інженерія, що спирається на політичну активність суспільства.*

Серед великої кількості моделей сучасної соціальної активності, що впливають на трансформацію свідомості суспільства, є процеси політичної активності. Одним із видів політичної активності є вибори. Під час виборів зацікавлені політичні суб'єкти використовують спеціально призначені соціальнокомунікаційні технології. Мета таких технологій – змінити свідомість суспільства в потрібному напрямку. Наприклад, політичні опоненти застосовують нечесні підрахунки голосів виборців із метою зміни співвідношення між показниками кількості прихильників політичних суб'єктів, які є лідерами. За результатами таких підрахунків певна політична сила переможе на виборах і почне змінювати на гірше (інмугувати) або на краще (мугувати) моделі поведінки суспільства. Іншими словами, на думку О. Холода, відбудеться трансформація свідомості суспільства. Автор називає нечесний підрахунок голосів виборців технологією «нечесних підрахунків». Саме процес виокремлення ознак нечесних підрахунків голосів виборців, а пізніше –

іменування такого процесу дослідник називає ідентифікацією або першим процесом соціальної інженерії [29, с. 21–26].

Другим процесом соціальної інженерії в прикладі О. Холода буде *створення* нової (більш якісної) моделі соціальної активності суспільства за результатами здійсненої ідентифікації. Нова модель соціальної активності повинна, на переконання автора, бути якіснішою за ту, яка буда ідентифікована. Шляхи покращення якості моделі соціальної активності суспільства можуть бути різними й спиратися на три вектори моделювання:

7) додавання до моделі декілька нових елементів;

8) трансформування моделі соціальної активності суспільства до критичної межі, після чого стара модель перетворюється на нову;

9) утворення нової моделі соціальної активності суспільства без урахування існуючих закономірностей і принципів побудови такої моделі.

У прикладі 1 моделі соціальної інженерії, що спирається на політичну активність суспільства, додаванням нових елементів до існуючої моделі буде, наприклад, як вважає О. Холод, перехід від виборів за партійними списками до моделі виборів за сумісним, комбінованим варіантом (і за партійними списками, і за мажоритарним принципом). Сама модель політичних виборів як політичної активності не змінена, лише доданий порядок виборів за мажоритарним принципом.

Трансформуючи існуючу модель політичних виборів президента, можна, упевнений О. Холод, настільки змінити модель соціальної політичної активності суспільства, що вона стане новою: треба, наприклад, запропонувати суспільству обирати президента не прямим способом завдяки поіменному голосуванню громадян України, яким виповнилося на день виборів 18 років, на виборчих дільницях по всій країні в один день, а шляхом таємного голосування членів парламенту країни. Таким чином, вважає О. Холод,

зміниться/трансформується свідомість і моделі поведінки суспільства, модель соціальної політичної активності суспільства до критичної межі, після чого стара модель перетворюється на нову [29, с. 21–26].

О. Холод передбачає: можливий також варіант, коли буде запропонована принципово нова модель соціальної політичної активності суспільства, яка не буде подібною до жодної з тих моделей, які існували й функціонували дотепер. Наприклад, кожний громадянин країни висловлює власну думку щодо політично-економічного устрою держави шляхом її разової фіксації у віртуальному вигляді в банку даних генеральної пам'яті суспільства. «Біологічно-електронний мозок людства» (термін О. Холода) самостійно визначає домінуючу позицію представників певної держави й оголошує своє рішення. Таке рішення не підлягатиме, впевнений автор, оскарженню чи скасуванню. Слід визнати в такому фантастичному варіанті принципово нову форму соціальної політичної активності суспільства, яка кардинально трансформує суспільство і його моделі поведінки.

Утворення нової (або трансформованої старої) моделі соціальної політичної активності суспільства не завершує, як вважає О. Холод, процес соціальної інженерії. Останнім етапом її є прагматизація в майбутньому дієвості й ефективності створених моделей соціальної політичної активності суспільства. Дослідник наводить приклад, коли фахівці соціальної інженерії, які дотичні до створення певної моделі, прагматизують (розраховують певний ступінь впливу дії запропонованої ними моделі) зміни в суспільстві. На думку О. Холода, плануючи наслідки дії певної моделі соціальної політичної активності суспільства, фахівці соціальної інженерії доходять висновків про те, що вже нині слід готувати певні арсенали, ресурси для реалізації замисленого в майбутньому. Саме таким чином і здійснюється розвиток суспільства: завдяки й через трансформацію свідомості суспільства.

Ефективним, на думку О. Холода, засобом трансформації свідомості суспільства слід вважати масові медіа (масмедіа).

Посилаючись на положення триєдиного принципу трансформації свідомості за рахунок соціальної інженерії, О. Холод вважає необхідним навести приклад, у якому яскраво ілюструвалася б дія згаданого принципу.

Приклад 2 – соціальна інженерія, що спирається на масмедійну активність суспільства.

У майбутньому з'явиться, на думку дослідника, потреба «вконструювання» у свідомість суспільства віри в те, що для відчуття щастя кожному працездатному члену суспільства необхідно відпрацювати за добу 10 годин на виробництві матеріальних цінностей і 6 годин на виробництві духовних цінностей. За триєдиним принципом реалізації соціальної інженерії, що спирається на масмедійну активність суспільства, вже нині слід здійснити такі дії:

7) *ідентифікувати* існуючі моделі масмедійної активності, достеменно вивчити їх;

8) за результатами ідентифікації існуючих моделей масмедійної активності суспільства *створити* нові (більш якісні) моделі;

9) *прагматизувати* на майбутнє дієвість та ефективність створених моделей соціальної масмедійної активності суспільства [29, с. 21–26].

Для узгодження дій соціальної інженерії з першим принципом (ідентифікація) спочатку, як вважає О. Холод, слід виокремити існуючі моделі масмедійної активності суспільства. До таких моделей, наприклад, автор відносить повідомлення новин на радіо та на телевізійних каналах щовечора в певному порядку: реклама, політика, економіка, суспільство, культура, спорт, погода, реклама.

Відомо, зазначає О. Холод, що новини на деяких телевізійних каналах України (наприклад, «ІСТV», «СТБ») вже декілька років як змінили порядок подавання інформації відповідно в передачах «Факти» та «Вікна-новини». Згадані зміни стосуються перш за все порядку слідування тематичних блоків. Замість політики й економіки, телеглядачам пропонуються новини з рубрики «Суспільство». Такий спосіб додавання нових елементів в існуючу модель трансляції новин не є утворенням нової моделі, але трансформаційним засобом може називатися, вважає О. Холод [20, с. 202–208].

Другий принцип реалізації соціальної інженерії (утворення нової моделі) передбачає, як вважає дослідник, пропонування таких змін у моделях активності соціуму, які перетнуть межу критичної маси й набудуть ознак нових (більш якісних) моделей подавання новин. О. Холод наводить приклад: новини як такі не будуть мати рубрикацію «політика», «економіка», «спорт», «суспільство», «культура» або «спорт» чи «погода». Телеглядач сам буде обирати собі ті теми з різних рубрик, які йому хочеться переглянути (почути). Зміни за описуваним другим принципом соціальної інженерії, що спирається на масмедійну активність суспільства, також, впевнений О. Холод, є засобами трансформації свідомості суспільства.

За пропозицією О. Холода, третій принцип соціальної інженерії передбачає прагматизацію на майбутнє дієвості й ефективності створених моделей соціальної активності суспільства.

У наведеному прикладі 2 (про моделювання подавання новин за стандартними й штампованими рубриками) прагматизація фіксуватиметься в тому, що фахівці-масмедійники (журналісти й ті, хто дотичний до виробництва новин) не будуть пропонувати конкретні рубрики як такі й у конкретному штампованому й стандартизованому вигляді й порядку. Вони будуть утворювати бази новин за тематичним наповненням (за рубриками), але

подавати їх не будуть. Прагматичність полягає в тому, що, наприклад, телевізійна аудиторія сама буде визначати місце сприйняття й час сприйняття інформації, яка їй потрібна.

Отже, за наслідками аналізу прикладів 1 і 2, які наведені задля ілюстрації триєдиного принципу реалізації соціальної інженерії, О. Холод констатує, що обговорюваний принцип:

9) дозволяє описувати явища соціальної інженерії;

10) є таким, що пояснює існуючі явища й процеси соціальних комунікацій у суспільстві;

11) розтлумачує зв'язок між старими й нинішніми моделями масмедійної активності суспільства, з одного боку, і впливом на моделі активності суспільства в майбутньому, із другого боку;

12) детермінує об'єктивність стосунків і відносин між масмедіа й споживачами інформації в тих саме формах, які вимагає соціальний дискурс і пропонують існуючі моделі трансляції інформації.

У 2011 році О. Холод пропонує трактувати наукову галузь "Соціальні комунікації" (КОМТЕКА – комунікаційна тека) як "галузь знань, організаційно впорядковану систему документів, їх масив, продукти засобів масової комунікації та інформаційних технологій, які забезпечують реалізацію інформаційних процесів і намірів при безпосередній участі членів комунікаційного процесу" [21].

У 2013 році на базі створеної теорії інмутації суспільства О. Холод пропонує розглядати комунікаційні технології як комплекси-дії, спрямовані на зміну моделей поведінки в ході соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин при наявності обміну інформацією між комунікатором і комунікантом [28].

Пізніше, у 2015 році, дослідник пропонує на базі оригінальної концепції трьохетапного аналізу соціального інжинірингу (далі – СІ-аналіз, або

триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії) тлумачити соціальні комунікації як процес здійснення соціальної взаємодії (ідентифікації комунікаційних моделей, утворення нових моделей комунікації і практичну перевірку таких) завдяки обміну інформацією [29, с. 21–26].

Суть концепції соціального інжинірингу О. Холод виклав у таких положеннях (див.: [12; 14; 20–29]):

1) предмет вивчення повинен спочатку бути ідентифікованим за своїми характеристиками як соціальний процес;

2) ідентифіковані характеристики дають можливість «дізнатися» про модель соціального процесу як адекватну/неадекватну для реалізації завдання фахівця із соціального інжинірингу;

3) на базі встановленої моделі (за умови її відповідності для вирішення поставлених завдань) відбувається її трансформація або створення нової моделі соціального процесу;

4) нова модель соціального процесу обов'язково перевіряється завдяки пілотним проектам і тільки після підтвердження ефективності модель «монтується» фахівцями у свідомість суспільства й реалізується непомітно як об'єктивний соціальний процес.

СІ-аналіз спирається на авторську концепцію соціального інжинірингу.

Смисл СІ-аналізу, за пропозицією О. Холода, полягає в розчленуванні цілого (продукту соціальних дій, взаємодій і відносин) на його структурні три частини (етапи) реалізації, а саме: перший етап – ідентифікація функціонуючих у суспільстві моделей соціальних дій, взаємодій і відносин; другий етап – моделювання (створення нових моделей) за результатами ідентифікованих соціальних дій, взаємодій і відносин; третій етап – верифікація (практична перевірка) моделі, створеної на другому етапі.

VI. Висновки

3. Порівняння положень теорій і концепцій Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода мають можливість бути викладені в постулатах (від лат. *postulatum* – вимога) – твердження (судження), яке приймається в рамках будь-якої наукової теорії за дійсне, хоча є недоведеним її засобами, і тому грає в ній роль аксіоми» [3].

4. Як Г. Почепцов, так і В. Різун декларують підлеглий характер соціальних комунікацій по відношенню до соціального інжинірингу. Їхню точку зору підтримує О. Холод. Отже, положення, висловлені трьома дослідниками, можуть бути об'єднані в межах трьох груп постулатів:

- *перша група* – постулати соціального інжинірингу.
- *друга група* – постулати соціальних комунікацій.
- *третья група* – постулати комунікаційних технологій.

Далі ми пропонуємо в авторській редакції деталізацію кожної із згаданих груп.

Постулати соціального інжинірингу (СІ).

Постулат 1-СІ. Соціальний інжиніринг створений людьми й не є природним процесом.

Постулат 2-СІ. Соціальний інжиніринг може розглядатися як мистецтво (управління суспільством), вчення (наука про управління суспільством), методологія (шлях, засіб аналізу управління суспільством).

Постулат 3-СІ.

Соціальний інжиніринг застосовує соціальні комунікації як засоби реалізації.

Постулат 4-СІ. Соціальний інжиніринг здійснюється фахівцями.

Постулат 5-СІ. Соціальний інжиніринг має якнайменше три етапи реалізації: ідентифікація, моделювання, верифікація.

Постулат 6-СІ. Під час вивчення процесів соціального інжинірингу об'єктом є процеси конструювання соціальних змін спочатку в колективній свідомості суспільства, потім – у його реальному житті.

Постулат 7-СІ. Соціальний інжиніринг підлягає постійному контролю й корекції з боку фахівців.

Постулат 8-СІ. Наслідки соціального інжинірингу перетворюються на соціальне життя й не є соціальним інжинірингом.

Постулати соціальних комунікацій (СК)

Постулат 1-СК. Соціальні комунікації є штучним утворенням.

Постулат 2-СК. Соціальні комунікації реалізують соціальний інжиніринг.

Постулат 3-СК. Соціальні комунікації спрямовані на регулювання соціальних систем.

Постулат 4-СК. Під час вивчення соціальних комунікацій об'єктом є процеси, що спрямовані на регулювання соціальних дій, взаємодій і відносин завдяки обміну інформацією.

Постулат 5-СК. Соціальні комунікації мають стратегічні й оперативні засоби, що реалізуються в комунікаційних технологіях.

Постулати комунікаційних технологій (КТ)

Постулат 1-КТ. Комунікаційні технології створені людиною й тому мають соціальний характер.

Постулат 2-КТ. Комунікаційні технології не бувають позитивні (мутаційними) чи негативні (інмутаційними), такими їх роблять фахівці соціального інжинірингу.

Постулат 3-КТ. Комунікаційні технології реалізуються завдяки системі комунікаційних технік, останні – завдяки системі комунікаційних прийомів.

Постулат 4-КТ. Під час вивчення процесів комунікаційних технологій об'єктом є системи засобів, спрямованих на соціальні зміни завдяки комунікації.

Постулат 5-КТ. За своїм властивостями комунікаційні технології є нестійкі: позитивні (мутаційні) технології можуть трансформуватися в негативні (інмутаційні) технології й навпаки.

Постулат 6-КТ. Підґрунтям трансформацій комунікаційних технологій є епістема як система знань певної історичної епохи.

Постулат 7-КТ. Оцінка результативності дії комунікаційних технологій залежна від аксіології суспільства.

Перспективи подальших досліджень.

Вважаємо перспективними дослідження порівняльного характеру: з одного боку, варто порівняти ідеї соціального інжинірингу, які висував свого часу Ю. М. Резнік (90-ті роки ХХ ст.), з тими ідеями, які пропонують Г. Г. Почепцов, В. В. Різун й О. М. Холод. З іншого боку, необхідно порівняти ідеї соціального інжинірингу групи Резніка-Почепцова-Різун-Холода з тими ідеями соціального інжинірингу, які висувають дослідники за кордоном (10-ті роки ХХІ ст.).

Подяки.

Ми вдячні доктору філологічних наук, професору *Георгію Почепцову* за надання цінних матеріалів для висвітлення його ідей щодо соціального інжинірингу, а також доктору філологічних наук, професору *Володимирі Різуну* за постійну підтримку наших наукових ідей та розвідок.

Особливу подяку висловлюємо дружині – кандидату філологічних наук, доценту *Ганні Холод*, без турботливої орфографічної та пунктуаційної опіки якої стаття не мала б сенсу.

Список використаної літератури

31. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. — М.: Наука, 1969. — С. 27.
32. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 року за № 1718 "Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь" і наказ Вищої атестаційної комісії України від 14 грудня 2007 року за № 67 "Про внесення змін і доповнень до Переліку спеціальностей, за якими проводяться захисти дисертацій на здобуття наукових ступенів кандидата наук і доктора наук, присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань".
33. Постулат [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://tolkslovar.ru/p15569.html> (дата звернення – 11.11.2016). — Назва з екрану.
34. Почепцов Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г. Почепцов. — К.: Альтерпрес, 2008. — 416 с.
35. Почепцов Г. Пятнадцать технологий современной пропагандистской и информационной войны (часть 1) [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. — Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/pyatnadtsat_tekhnologiy_sovremennoy_propagandistskoy_i_informatsionnoy_voyny_chast_1/ (дата звернення: 19.06.2016). — Назва з екрану.
36. Почепцов Г. Социальный инжиниринг: социо- и психотехники управления большими массами людей / Г. Почепцов. — К.: Альтерпрес, 2010. — 254 с.

37. Почепцов Г. Социокоммуникации и социосистемы [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (дата звернення: 8.06.2016). – Назва є екрану.
38. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 2. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2011. – с. 7–11.
39. Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційний підхід у науці / В. В. Різун // Комунікація. – № 1. – 2010. – С. 27–37.
40. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики: [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2011. — Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 2.03.2016). – Назва з екрану.
41. Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії) / В. Різун // Комунікація. – № 2. – 2012. – С. 8–18.
42. Холод О. Громадянське суспільство і ЗМК у системі соціального інжинірингу / О. Холод // Вісник Львівського університету. Сер. Журналістика. — 2013. — Вип. 38. — С. 228–234.
43. Холод О. М. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології» // Держава та регіони : науково-виробничий журнал [гол. ред. ради В. Л. Корінев]. Сер. Соціальні комунікації [гол. ред. О. В. Богуславський]. — № 2. — 2010. — С. 89–96.
44. Холод О. М. Ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена як концептуальне підґрунтя трансформації теорії соціальних комунікацій / О. М. Холод // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. — 2016. — № 1(25). — С. 31–38.

45. Холод О. М. Методологія досліджень соціальних комунікацій : навч. посіб. / О. М. Холод. — К. : КиМУ, 2013. — 294 с.
46. Холод О. М. Методологія нооцентризму в межах соціальних комунікацій / Холод О.М. // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. — № 4. — 2010. — С. 25–29.
47. Холод О. М. Психологічне і соціологічне підґрунтя формування теорій комунікаційних технологій / Холод О.М. // Психолінгвістика : [зб. наук. праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]. — Переяслав-Хмельницький : ПП «СКД», 2011. — Вип. 8. — С. 210–217.
48. Холод О. М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика: наук. журн. [наук. ред. Г. Я. Холод та О. М. Холод]. — Т. 1. — К. : МЦД «Комтека», 2015. — С. 5–14.
49. Холод О. М. Соціальна комунікація як текстова діяльність у концепції Тамари Дрідзе / О. М. Холод // Соціальні комунікації: теорія і практика: наук. журн. [наук. і літ. ред. Г. Я. Холод; наук. ред. О. М. Холод]. — Т. 3. — К., 2016. — С. 87–92.
50. Холод О. М. Соціальний інжиніринг і соціальні комунікації: порівняльний аналіз / О. М. Холод // Український інформаційний простір : наук. журнал [гол. ред. М. С. Тимошик]. — Число 3. — К.: КНУКіМ, 2014. — С. 202–208.
51. Холод О. М. Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / Холод О. М. (лист 1/11-6312 від 12.07.2010). — Львів : ПАІС, 2011. — 288 с.
52. Холод О. М. Структура і види соціальних комунікацій // Держава та регіони : науково-виробничий журнал [гол. ред. ради В. Л. Корінев]. Сер. Соціальні комунікації [гол. ред. О. В. Богуславський]. — № 3. — 2010. — С. 32–36.

53. Холод О. М. Сучасні теорії та тенденції розвитку соціальних комунікацій: курс лекцій. — У 2-х т. — Т. 1 / О. М. Холод. — К.: КНУКіМ, Українська асоціація психолінгвістів, 2016. — 214 с.
54. Холод О. М. Тенденції розвитку наукової галузі "Соціальні комунікації" [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Academia.edu. — San Francisco, CA, USA. — Режим доступу: https://www.academia.edu/15281389/Тенденції_розвитку_наукової_галузі_Соціальні_комунікації_ (дата звернення: 17.09.15). — Назва з екрану.
55. Холод О. М. Теорія інмутації суспільства : монографія / Холод О. М. — К. : КиМУ, 2011. — 305 с.
56. Холод О. М. Теорія та історія соціальних комунікацій : курс лекцій / Холод О. М. — К. : КиМУ, 2013. — 232 с.
57. Холод О. М. Формування теорій комунікаційних технологій / Холод О.М. // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони : науково-практичний журнал. — 2011. — № 1–2 (10–11). — С. 86–92.
58. Холод О.М. Комунікаційні технології : підручник / Холод О.М. (лист № 1/11 –11273 від 01.12.2011). — К. : ЦУЛ, 2013. — 212 с.
59. Холод О.М. Триєдиний принцип реалізації соціальної інженерії / О. М. Холод // Соціальний інжиніринг: моделі й технології: кол. монографія [за наук. ред. О. Холода; автори: Л. Бадюл, А. Бартошек, А. Єндрюзик та ін.]. — К.: КНУКіМ, 2015. — С. 21–26.
60. Tremblay G. From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the global village to the world empire // Canadian Journal of Communication. — 2014. — Vol. 37. — N 4.

References

1. Leontev A. A. Yazyk, rech, rechevaya deyatelnost / A. A. Leontev. — M.: Nauka, 1969. — S. 27.

2. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 13 hrudnya 2006 roku za № 1718 "Pro dopovnennya pereliku haluzey nauky, z yakykh mozhe buty prysudzhenny naukovyy stupin" i nakaz Vyshchoyi atestatsiynoyi komisiyi Ukrayiny vid 14 hrudnya 2007 roku za № 67 "Pro vnesennya zmin i dopovnen do Pereliku spetsialnostey, za yakymy provodyatsya zakhysty dysertatsiy na zdobuttya naukovykh stupeniv kandydata nauk i doktora nauk, prysudzhennya naukovykh stupeniv i prysvoyennya vchenykh zvan".
3. Postulat [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://tolkslovar.ru/p15569.html> (data zvernennya – 11.11.2016). – Nazva z ekranu.
4. Pocheptsov H. Kommunykatyvnyy ynzhyryn: teoryya y praktyka / H. Pocheptsov. – K.: Alterpres, 2008. – 416 s.
5. Pocheptsov H. Pyatnadsat tekhnolohyy sovremennoy propahandyst-skoy y ynformatsyonnoy voyny (chast 1) [Elektronnyy resurs] / H. Pocheptsov. – Rezhym dostupu: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/pyatnadsat_tekhnologiy_sovremennoy_propagandistskoy_i_informatsionnoy_voyny_chast_1/ (data zvernennya: 19.06.2016). – Nazva z ekranu.
6. Pocheptsov H. Sotsyalnyy ynzhyryn: sotsyo- y psyhotekhniky upravlenyya bilshymy massamy lyudey / H. Pocheptsov. – K.: Alterpres, 2010. – 254 s.
7. Pocheptsov H. Sotsyokommunykatyy y sotsyosystemy [Elektronnyy resurs] / H. Pocheptsov. – Rezhym dostupu: <http://psyfactor.org/lib/socio8.htm> (data zvernennya: 8.06.2016). – Nazva ye ekranu.
8. Rizun V. V. Nacherky do metodolohiyi doslidzhen sotsialnykh komunikatsiy / V. V. Rizun // Svit sotsialnykh komunikatsiy [hol. red. O. M. Kholod]. – T. 2. – K.: KyMU, DonNU, 2011. – s. 7–11.
9. Rizun V. V. Do pytannya pro sotsialnokommunikatsiynyy pidkhid u nauksi / V. V. Rizun // Komunikatsiya. – № 1. – 2010. – S. 27–37.

10. Rizun V. V. Nacherky do metodolohiyi doslidzhen sotsialnykh komunikatsiy [Elektronnyy resurs] // [Naukova storinka profesora Volodymyra Rizuna] / Instytut zhurnalistyky: [sayt]/ — Elektronni dani. — Kyiv, 2011. — Rezhym dostupu: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodolohiyi.pdf (data zvernennya: 2.03.2016). — Nazva z ekranu.
11. Rizun V. Sotsialni komunikatsiyi yak inzhenerne vchennya, abo sotsialni komunikatsiyi v systemi sotsialnoho inzhynirynhu (sotsialnoyi inzheneriyi) / V. Rizun // Komunikatsiya. — № 2. — 2012. — S. 8–18.
12. Kholod O. Hromadyanske suspilstvo i ZMK u systemi sotsialnoho inzhynirynhu / O. Kholod // Visnyk Lvivskoho universytetu. Ser. Zhurnalistyka. — 2013. — Vyp. 38. — S. 228–234.
13. Kholod O. M. Diapazon ponyattya «sotsialno-komunikatsiyi tekhnolohiyi» // Derzhava ta rehiony : naukovo-vyrobnychyy zhurnal [hol. red. rady V. L. Korinyev]. Ser. Sotsialni komunikatsiyi [hol. red. O. V. Bohuslavskyy]. — № 2. — 2010. — S. 89–96.
14. Kholod O. M. Ideyi pro «elektrychnyy bum» Marshalla Makluena yak kontseptualne pidgruntya transformatsiyi teorii sotsialnykh komunikatsiy / O. M. Kholod // Derzhava ta rehiony. Ser. Sotsialni komunikatsiyi. — 2016. — № 1(25). — S. 31–38.
15. Kholod O. M. Metodolohiya doslidzhen sotsialnykh komunikatsiy : navch. posib. / O. M. Kholod. — K. : KyMU, 2013. — 294 s.
16. Kholod O. M. Metodolohiya nootsentryzmu v mezhakh sotsialnykh komunikatsiy / Kholod O.M. // Derzhava ta rehiony. Ser. Sotsialni komunikatsiyi. — № 4. — 2010. — S. 25–29.
17. Kholod O. M. Psykholohichne i sotsiolohichne pidgruntya formuvannya teorii komunikatsiynykh tekhnolohiy / Kholod O.M. // Psykholinhvistyka : [zb. nauk. prats DVNZ «Pereyaslav-Khmelnyskyy derzhavnyy pedahohichnyy universytet

- imeni Hryhoriya Skovorody»]. — Pereyaslav-Khmelnyskyuy : PP «SKD», 2011. — Vyp. 8. — S. 210–217.
- 18.Kholod O. M. Semantyka termina «sotsialni komunikatsiyi»: kontseptualni pidkhody / O. M. Kholod // Sotsialni komunikatsiyi: teoriya i praktyka: nauk. zhurn. [nauk. red. H. YA. Kholod ta O. M. Kholod]. — T. 1. — K. : MTSD «Komteka», 2015. — S. 5–14.
- 19.Kholod O. M. Sotsialna komunikatsiya yak tekstova diyalnist u kontseptsiyi Tamary Dridze / O. M. Kholod // Sotsialni komunikatsiyi: teoriya i praktyka: nauk. zhurn. [nauk. i lit. red. H. YA. Kholod; nauk. red. O. M. Kholod]. — T. 3. — K., 2016. — S. 87–92.
- 20.Kholod O. M. Sotsialnyy inzhynirynh i sotsialni komunikatsiyi: porivnyalnyy analiz / O. M. Kholod // Ukrayinskyy informatsiyyny prostir : nauk. zhurnal [hol. red. M. S. Tymoshyk]. — Chyslo 3. — K.: KNUKiM, 2014. — S. 202–208.
- 21.Kholod O. M. Sotsialni komunikatsiyi : sotsio- ta psikholinhvistychnyy analiz : navch. posib. / Kholod O. M. (lyst 1/11-6312 vid 12.07.2010). — Lviv : PAIS, 2011. — 288 s.
- 22.Kholod O. M. Struktura i vydy sotsialnykh komunikatsiy // Derzhava ta rehiony : naukovo-vyrobnychy zhurnal [hol. red. rady V. L. Korinyev]. Ser. Sotsialni komunikatsiyi [hol. red. O. V. Bohuslavskyuy]. — № 3. — 2010. — S. 32–36.
- 23.Kholod O. M. Suchasni teoriyi ta tendentsiyi rozvytku sotsialnykh komunikatsiy: kurs lektsiy. — U 2-kh t. — T. 1 / O. M. Kholod. — K.: KNUKiM, Ukrayinska asotsiatsiya psikholinhvistiv, 2016. — 214 s.
- 24.Kholod O. M. Tendentsiyi rozvytku naukovoyi haluzi "Sotsialni komunikatsiyi" [Elektronnyy resurs] / O. M. Kholod // Academia.edu. — San Francisco, CA, USA. — Rezhym dostupu: https://www.academia.edu/15281389/Tendentsiyi_rozvytku_naukovoyi_haluzi_Sotsialni_komunikatsiyi (data zvernennya: 17.09.15). — Nazva z ekranu.

25. Kholod O. M. Teoriya inmutatsiyi suspilstva : monohrafiya / Kholod O. M. — K. : KyMU, 2011. — 305 s.
26. Kholod O. M. Teoriya ta istoriya sotsialnykh komunikatsiy : kurs lektsiy / Kholod O. M. — K. : KyMU, 2013. — 232 s.
27. Kholod O. M. Formuvannya teoriy komunikatsiynykh tekhnolohiy / Kholod O.M. // Suchasni informatsiyni tekhnolohiyi u sferi bezpeky ta oborony : naukovo-praktychnyy zhurnal. — 2011. — № 1–2 (10–11). — S. 86–92.
28. Kholod O.M. Komunikatsiyni tekhnolohiyi : pidruchnyk / Kholod O.M. (lyst № 1/11 –11273 vid 01.12.2011). — K. : TSUL, 2013. — 212 s.
29. Kholod O.M. Tryyedynny pryntsyp realizatsiyi sotsialnoyi inzheneriyi / O. M. Kholod // Sotsialnyy inzhynirynh: modeli y tekhnolohiyi: kol. monohrafiya [za nauk. red. O. Kholoda; avtory: L. Badyul, A. Bartoshek, A. Yendruzyk ta in.]. — K.: KNUKiM, 2015. — S. 21–26.
30. Tremblay G. From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the global village to the world empire // Canadian Journal of Communication. — 2014. — Vol. 37. — N 4.

ЧАСТИНА 3

**ДОСЛІДЖЕННЯ
МАСМЕДІА В СИСТЕМІ ТЕОРІЙ
СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Розділ 3.1.

(російською мовою)

Е-ДЕКЛАРИРОВАННАЯ АГРЕССИЯ: РЕВОЛЮЦИОННАЯ ИНМУТАЦИЯ ОБЩЕСТВА

«Шокирующая роскошь.

Миллионные состояния, в основном в наличности, элитная недвижимость, земельные участки, раритетные книги как то «Апостол» Ивана Федорова 1574 года, частные церкви, старинные картины, коллекционное вино, премиальные авто, бриллианты, шубы и одежда мировых брендов. Это неполный перечень содержания деклараций чиновников в стране, где 58 процентов граждан, по данным киевского Института демографии и социальных исследований, живут за чертой бедности. Большая часть деклараций поступила в последнюю неделю. Одними из последних подали свою декларацию народный депутат, лидер партии "Батьківщина" Юлия Тимошенко и президент Украины Петр Порошенко».

(Е-декларування як точка відліку змін в Україні, 2016)

Введение

Изучение корреляция коммуникационной агрессии интернет-читателей и данных электронного декларирования доходов чиновников Украины, проведенного в период с 23 августа до 7 ноября 2016 года, следует, на наш взгляд, начать с уточнения значения используемых терминов.

В настоящей статье термин «корреляция» мы трактуем как взаимное соотношение конкретных показателей коммуникационной агрессии интернет-читателей и тех показателей, которые официально опубликованы на сайте «Единый государственный реестр деклараций лиц, уполномоченных на исполнение функций государства или местного самоуправления» (Единый государственный реестр, 2016).

Вербальной агрессией мы называем в настоящей статье ту агрессию, которая проявляется в ходе обмена информацией между читателями в процессе общения в социальных сетях «Фейсбук», «ВКонтакте», «Твиттер» в комментариях к журналистским материалам в электронных версиях газет и журналов, на страницах которых активно публикуются материалы об электронном декларировании доходов чиновников в Украине в период с 23 августа до 7 ноября 2016 года. Вербальный характер агрессии проявляется в психолингвистических процессах (языковых единицах, которые маркируют психическое состояние личности). Примерами психолингвистических процессов могут служить следующие: повышенное (в сравнении с эталонными) количество эмоционально окрашенной лексики в текстах; наличие/отсутствие парцелированных предложений в текстах; повышенное количество «агрессивных» буквосочетаний (например, жц, хр, чр, зр) и т.п.

Под термином «электронное декларирование» в настоящем исследовании мы подразумеваем процесс фиксации чиновниками Украины своих доходов на специальном сайте Национального агентства по вопросам предупреждения коррупции (оригинальное название на украинском языке – «Національне агентство з питань запобігання корупції»), аббревиатурное название государственного органа – НАЗК) (Національне агентство..., 2016).

«Доходы чиновников Украины», в соответствии положением о ежегодной декларации, определяются как наличие у декларанта объектов недвижимости, объектов незавершенного строительства, ценное движимое имущество (транспортные средства в том числе), ценные бумаги, корпоративные права, паевые взносы в кредитные союзы; объекты права интеллектуальной собственности, которые могут быть оценены в денежном эквиваленте (право на изобретение, полезную модель, ноу-хау, промышленный образец, топографии интегральной микросхемы, сорт растений, торговую марку или коммерческое

наименование, авторское право и т.д.), право на использование недр или других природных ресурсов, прочее (Щорічна декларація, 2016).

Доходы декларантов включают: заработную плату (денежное обеспечение), полученную как по основному месту работы, так и по совместительству, гонорары и другие выплаты по гражданско-правовым договорам, доход от занятия предпринимательской или независимой профессиональной деятельностью, доход от предоставления имущества в аренду, дивиденды, проценты, роялти, страховые выплаты, благотворительную помощь, пенсию, наследство, доходы от отчуждения ценных бумаг и корпоративных прав, подарки и прочие доходы. Под заработной платой понимается основная заработная плата, а также любые поощрительные и компенсационные выплаты, которые выплачиваются (предоставляются) лицу в связи с отношениями трудового найма (Щорічна декларація, 2016).

В понятие «доходы» включаются и подарки в форме денежных средств, информация о которых должна указываться, если размер таких подарков, полученных от одного лица (группы лиц) в течение года, превышает пять минимальных заработных плат, установленных на 1 января отчетного року. Подарок в форме, отличной от денежных средств (движимое имущество, недвижимость и т.д.), отмечается, если стоимость такого подарка превышает пять минимальных заработных плат, установленных на 1 января отчетного года. Указания информации о подарке не исключает обязанность указать соответствующее имущество в других разделах декларации, например, в разделах о ценном движимом имуществе, недвижимое имущество, ценные бумаги и др. (Щорічна декларація, 2016).

Суть проблемы

После обнародования результатов действия Закона Украины «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно

особенностей представления должностными лицами деклараций об имуществе, доходах, расходах и обязательствах финансового характера в 2016 году» (в сокращенном виде «Закон Украины об электронном декларировании доходов чиновников») (Закона Украины «О внесении изменений в некоторые..., 2016) в рубрике «Комментарии», размещенной на сайтах электронных версий газет и журналов, на сайтах интернет-изданий, популярных в Украине, а также в социальных сетях «Фейсбук», «ВКонтакте», «Одноклассники», «Твиттер» появились комментарии пользователей под материалами журналистов, детально анализирующих электронные декларации чиновников. Проблема состоит в том, что пользователи социальных сетей после ознакомления с текстами журналистов, информирующих о доходах чиновников, которые осуществили электронное декларирование своих доходов за 2015 год, активизировали свои комментарии. В последних достаточно часто встречаются маркеры вербальной агрессии (например, нецензурные слова-оценки, например: «ублюдки», «пидоры», «членососы», «бляди» и под.; количественное увеличение лексики, содержащей агрессивные консонанты). Агрессивными консонантами, или звукобуквами, согласно А. В. Журавлёву (Журавлёв, 1991), мы в рабочем порядке называли те, которые «не нравятся» испытуемым. К агрессивным консонантам мы относим, в рабочем порядке, такие сочетания консонант (согласных звуков), которые определены испытуемыми как те, что «не нравятся». В исследовании, проведенном нами ранее (см.: Холод, 1997: 62–63), испытуемые выполняли задание по идентификации звукобукв как «нравящихся» и «ненравящихся», «приятных» и «неприятных». К числу таких звукобукв испытуемыми были отнесены следующие труднопроизносимые сочетания согласных звуков, выраженных на письме буквами: [ЖЦГК], [ФХР], [РСО], [ЖР], [КПНУ], [ШТП], [НЧ], [ФГВИ], [ЖЦГ], [ЩД], [ХП]. В рабочем

порядке, для нашего исследования, мы назвали перечисленные и подобные им приведенные далее звукобуквы «агрессивными»:

- [жр], например, в словах с корневой морфемой «жрать», «сожрать», «обожрать»;
- [хрк] – «харкать», «хряпать»;
- [бз] – «без»;
- [брз] – в словах «обрезать», «борзеть»;
- [зрз] – «зарезать»;
- [жп] – «жопа»;
- [грз] – в словах «отгрызать», «грызть», «грязь»;
- [фшр], [фршрн], – «офшоры», «фарширован»;
- [ср], [скрт] – «срывать», «срать», «скрывать»;
- [срз], [рзбт] – в словах «срезать», «разбить»;
- [пдлк], [блдк] – «падлюка», «ублюдки»;
- [щнк], [щтн] – в словах «щенок», «щетиниться»;
- [црп], [црп], [црбр] – «царапать», «царь», «цербер»;
- [тмрзк] – «отморозки»).

Слова и тексты комментариев читателей интернет-изданий с наличием бранной лексики и слов, содержащих перечисленные ранее агрессивные консонанты, мы далее называем «агрессивными словами» и «агрессивными текстами».

В комментариях пользователей соцсетей в агрессивных текстах частотным является разорванный, структурно *упрощённый (парцеллированный) синтаксис*.

В комментариях читателей частотными следует считать использование такого комического приёма, как *сарказм*, например:

1) «Изучив е-декларации наших скромных чиновников и депутатов, понимаешь, что валютный фонд должен у нас одалживать деньги, а не Украина у него» (автор – Wadim Wadimin; см. Приложение) («Скромно жити...», 2016);

2) в оригинале на украинском языке: «О, здається, нардепа Парасюка так обділяли в дитинстві, що він надолужує, приймаючи дорогі подарунки нині #рада8 #парасюк #декларації» (автор – Vitaliy Moroz@insider_ua; см. Приложение).

В комментариях читателей встречаются и признаки раздражения, например: в оригинале на украинском языке: «Може нам усім варто подякувати депутату Демчаку за чесність?:)» (автор – CorruptUA @CorruptUA; см. Приложение).

Вербальная агрессия проявляется в обсценной лексике, например: в оригинале на украинском языке: «Е-декларації: ми читаємо – вони продовжують п...здити #декларації» (автор – Vitaliy Moroz @insider_ua; см. Приложение).

Раздражительная вербальная реакция читателей часто сопровождается риторическими вопросами с саркастическим подтекстом-намеком, например:

1) в оригинале на украинском языке: «Деякі працівники ГПУ декларують чималі статки. Звідки все це у службовців зі скромною зарплатою?» (автор – Схеми @схеми; см. Приложение).

Проблема исследования может быть отражена в трех аспектах.

Аспект первый: до нашего исследования не производились попытки измерить уровень корреляции между журналистскими материалами об электронном декларировании и фактами вербальной агрессии читателей упомянутых материалов.

Аспект второй: повышение уровня вербальной агрессии в комментариях читателей к интернет-публикациям отражает уровень социального напряжения населения страны.

Аспект третій: знання показателів рівня вербальної агресії населення, виражаючого в собі негативне настроєння по відношенню до представників законодавчої, виконавчої і судової гілок влади, може дати підставу для корекції внутрішньої політики держави і моделям поведінки чиновників, представляючих згадані гілки влади.

Опираючись на викладену комплексну проблему, ми ідентифікували *об'єкт дослідження* як вербальна агресія, предмет – кореляція вербальної агресії інтернет-читачів і даних електронного декларування доходів чиновників України (в період з 23 серпня по 7 листопада 2016 року).

Цілью дослідження стало вимірювання рівня кореляції вербальної агресії інтернет-читачів і даних електронного декларування доходів чиновників України (в період з 23 серпня по 7 листопада 2016 року).

Методи і методика дослідження

Вивчення рівня кореляції між фактами вербальної агресії (далі скорочено – ВА) читачів журналістських матеріалів і самими матеріалами про електронне декларування (далі скорочено – ЕД) доходів чиновників, проведеного в Україні в період з 23 серпня до 7 листопада 2016 року, стало можливим при апелюванні до теоретичних і практичних методів, загальних і загальнонаукових методів.

Серед *теоретичних методів* ми звертались до *формалізації* як до побудови абстрактно-математичних моделей, спрямованих на розкриття сутності кореляції між фактами ВА читачів журналістських матеріалів і самими матеріалами про ЕД доходів чиновників. В процесі формулювання висновків ми звертались до *аксіоматичного методу*, який передбачав висунення положень, не вимагаючих доказів (наприклад, положення про те, що між ЕД і ВА читачів існує

корреляция), а также выведение на основе упомянутых положений тех тезисов, которые и создают аксиоматическую теорию (например, выведение тезиса о том, что уровень ВА читателей материалов об ЭД соответствует уровню социальной напряженности в обществе).

Среди теоретических методов нам служил и *статистические методы*, которые помогли нам определить средние значения, характеризующие всю совокупность мнений о чиновниках Украины и уровне ВА читателей материалов об ЭД.

Среди практических (эмпирических) методов исследования нам интересными были *наблюдение* как целенаправленное и организованное восприятие взаимосвязи между показателями уровня ВА читателей и фактами про ЭД, освещаемыми журналистами в сети. Мы также обратились к *описыванию* как методу, предполагающему фиксацию результатов наблюдения. Существенную пользу нам принес *метод измерения*, суть которого свелась к процессу сравнения с эталоном (показатели корреляции между уровнем ВА и фактами освещения в сети журналистами повседневной работы чиновников Украины) тех данных, которые получены в ходе исследования корреляции между показателями уровня ВА читателей и фактами про ЭД, освещаемыми журналистами в сети.

Методика, к которой мы обратились в ходе изучения корреляции между показателями уровня ВА интернет-читателей и фактами про ЭД, освещаемыми журналистами в сети, предполагала следующие исследовательские процедуры:

- 1) определение семантического диапазона терминов «электронное декларирование доходов», «корреляция», «вербальная агрессия»;
- 2) изложение сути исследуемой проблемы и её аспектов;
- 3) формулирование объекта и предмета, цели, методов и методики исследования;

4) осуществление наблюдения за корреляцией между показателями уровня ВА читателей и фактами про ЭД, изложенными в журналистских материалах; фиксация результатов упомянутого наблюдения;

5) установление фактов наличия/отсутствия корреляции между показателями уровня ВА читателей и фактами про ЭД, изложенными в журналистских материалах;

6) идентификация по месяцам 2016 года (август, сентябрь, октябрь, ноябрь) сообщений-комментариев интернет-читателей по поводу э-деклараций чиновников и установление динамики изменений в показателях вербальной «агрессии» (раздражение, сарказм, презрение, риторические вопросы);

7) интерпретация и обсуждение полученных данных;

8) формулирование выводов на основе интерпретированных данных.

Результаты

После выполнения исследовательских процедур, запланированных нами в методике (см. п.п.1–3 ранее) мы обратились к исследовательской процедуре, декларированной в п. 4 методики: осуществление наблюдения за корреляцией между показателями уровня ВА читателей и фактами про ЭД, изложенными в журналистских материалах, а также фиксирование результатов упомянутого наблюдения.

Уровень ВА мы фиксировали по таким двум критериям: 1) количество агрессивных слов на 10 слов текста сообщения-комментария; 2) количество матерных (или брутальных) слов на 10 слов в сообщении-комментарии.

Критерии анализа текстов интернет-читателей в ответ на публикации журналистов об э-декларировании доходов чиновников мы условно дифференцировали на 4 уровня идентификации (см. далее).

1-й уровень идентификации – психо-фоносемантический: количество слов с «агрессивными» консонантами на 10 слов текста сообщения-комментария.

2-й уровень идентификации – психо-лексический: количество матерных (или брутальных) слов на 10 слов в сообщении-комментарии.

3-й уровень идентификации – психо-синтаксический: количество разорванных, структурно упрощённых (парцеллированных) синтаксических структур.

4-й уровень идентификации – психо-текстовый: 1) количество фрагментов текста с использованием сарказма; 2) количество фрагментов текста с признаками раздражения; 3) количество риторических вопросов с саркастическим подтекстом-намеком.

Результаты анализа 52 текстов сообщений-комментариев, зафиксированных нами, позволили идентифицировать признаки агрессивных текстов сообщений-комментариев интернет-читателей в ответ на публикации журналистов об э-декларировании доходов чиновников в Украине (в период с 23 августа по 7 ноября 2016 года) и отражены в Приложении (таблицы 1–6).

В табл. 1 отражено количество слов с «агрессивными» консонантами на 10 слов текста сообщения-комментария. Анализ упомянутой табл. 1 свидетельствует о том, что на каждые десять слов в сообщениях-комментариях интернет-читателей фиксируется в среднем по 1–1,1 слова, в составе которого идентифицируются «агрессивные» консонанты. В среднем в анализированных текстах мы обнаружили 10% слов с «агрессивными» консонантами.

Показатели табл. 2 отразили количество матерных (или брутальных) слов на 10 слов в сообщениях-комментариях интернет-читателей. Нами установлено, что на 1554 слов в 52 сообщениях-комментариях интернет-читателями было использовано 0,3% матерных слов, или 0,013 на каждые десять слов.

Анализ показателей табл. 3 (см. Приложение) позволил нам зафиксировать 11 случаев (или 10,2%) употребления парцелляции в 108 (100%) сообщениях-комментариях интернет-читателей.

Нами установлено (см. табл. 4 в Приложении), что в 24 (46,1%) случаях в 52 (100%) текстах сообщений-комментариев фиксируются фрагменты текста с использованием сарказма.

Результаты табл. 5 («Количество фрагментов текста с признаками раздражения», см. Приложение) свидетельствуют о том, что в 23 (44,2%) случаях в 52 (100%) текстах сообщений-комментариев интернет-читателей журналистских материалов об э-декларировании встречаются фрагменты текста с признаками раздражения. При этом признаками раздражения мы считали следующие: саркастические, гневные высказывания, оскорбительные слова, иногда – брутальные слова, а также – парцеллированный синтаксис.

В табл. 6 (см. Приложение) отражено количество риторических вопросов с саркастическим подтекстом-намеком: установлено, что в 108 (100%) предложениях встречаются 11 (10,2%) таких вопросов.

В соответствии с исследовательской процедурой (см. п. 6) мы идентифицировали по месяцам 2016 года (август, сентябрь, октябрь, ноябрь) сообщения-комментарии интернет-читателей по поводу э-деклараций чиновников и установили динамику изменений в показателях вербальной «агрессии» (раздражение, сарказм, презрение, риторические вопросы: см. рис. 1 в Приложении).

Анализ рис. 1 позволил зафиксировать особенности и сформулировать некоторые замечания.

1. Показатели уровня раздражения интернет-читателей за четыре месяца были разными: август (50%), сентябрь (54,5%), октябрь (27,8%), ноябрь (57,1%), что свидетельствует, на наш взгляд, о том, что за месяц до начала э-

декларирования половина интернет-читателей высказывались в своих комментариях с раздражением. В сентябре, когда началось э-декларирование и в интернете появились первые публикации журналистов о результатах э-декларирования, уровень раздражения повысился на 4,5%. Когда чиновники стали активно декларировать свои доходы в октябре 2016 года, уровень раздражения как один из показателей вербальной агрессии интернет-читателей вдвое снизился. После завершения э-декларирования (31 октября 2016 года) в последующий месяц (ноябрь) уровень раздражения резко возрос (до 57,1%), что можно объяснить шоком интернет-читателей от результатов, которые активно обсуждались в интернет-СМИ и также охотно комментировались журналистами.

2. *Риторический вопрос с саркастическим подтекстом-намеком* как признак вербальной агрессии также по-разному фиксировался в течении четырёх месяцев (август, сентябрь, октябрь, ноябрь) 2016 года, когда происходили подготовка (август – 50%), э-декларирование: сентябрь (27,3%) – октябрь (11,1%) и продолжение обсуждения (ноябрь – 14,3%). Подобную тенденцию следует трактовать, на наш взгляд, как «затухающий» интерес к процессу э-декларирования и как возрастающий уровень негодования интернет-читателей.

3. *Сарказм* как признак вербальной агрессии был зафиксирован нами в комментариях интернет-читателей в сентябре (9,1%) и в октябре (55,5%), тогда как в августе (за месяц до начала э-декларирования) и в ноябре (в следующий месяц после окончания э-декларирования) уровень использования сарказма как признака вербальной агрессии был нулевым (не фиксировался) в комментариях интернет-читателей.

4. Уровень фиксации *презрения* как признака вербальной агрессии в комментариях интернет-читателей к журналистским материалам об э-

декларировании был разным в разные месяцы: август – 0%, сентябрь – 9,1%, октябрь – 5,5% и ноябрь – 28,6%, что, на наш взгляд, свидетельствует о «затухании» уровня презрения в самый активный месяц э-декларирования и резком повышении такого уровня сразу после завершения э-декларирования.

Обсуждение

Изложенные особенности интерпретируются нами в следующем порядке:

1) в качестве маркеров вербальной агрессии в комментариях к журналистским материалам интернет-читатели фиксируют такие четыре вида: раздражение, риторический вопрос с саркастическим подтекстом-намеком, сарказм и презрение;

2) наиболее частотным из четырех названных маркеров вербальной агрессии являются *раздражение* (36,4%) и *сарказм* (32,3%); к менее частотным мы отнесли такой признак, как *риторический вопрос с саркастическим подтекстом-намеком* (22,9%), к нечастотным признакам – *презрение* (14,4%);

3) следует отметить, что *раздражение* как признак вербальной агрессии фиксируется в комментариях интернет-читателей во все четыре анализированных месяца 2016 года (август, сентябрь, октябрь и ноябрь); причем необходимо учесть, что август 2016 года был месяцем, когда э-декларирование трижды откладывалось и в журналистских материалах информировалось о том, что организаторы упомянутого процесса являются непрофессионалами и не готовы обеспечить безопасность информации, которую декларанты собираются сообщать в открытых источниках; именно в августе у интернет-читателей возникает раздражение в 50-ти % их комментариев; хотя уровень раздражения не падает, а повышается от 50% в августе до 54,5% в сентябре 2016 года, когда процесс э-декларирования начался; падение в октябре 2016 года до 27,8% уровня раздражения как признака вербальной агрессии мы объясняем тем, что резко возрастает (до

55,5%) уровень сарказма в комментариях интернет-читателей к журналистским материалам об э-декларировании; после официального завершения процесса э-декларирования 31 октября 2016 года, с ноября начинается активное обсуждение в прессе результатов э-декларирования, что стимулирует резкое повышение раздражения до 57,1%.

4) *риторический вопрос с саркастическим подтекстом-намеком* также рассматривается нами как признак вербальной агрессии: показатели фиксации упомянутого признака имеют тенденцию к уменьшению во временных рамках «август – ноябрь 2016» – в августе 2016 года показатель был равен 50%, в сентябре – 27,3%, в октябре – 11,1% и лишь в ноябре, когда процесс э-декларирования уже был завершен, показатель несколько возрос и составил 14,3%, что мы связываем с перемещением акцентов на другие признаки вербальной агрессии (например, раздражение или сарказм);

5) показатели *сарказма* в качестве признака вербальной агрессии распределились по четырем анализируемым месяцам 2016 года неравномерно: здесь не отмечается четкой тенденции, поскольку показатели, отличные от 0%, отмечены нами лишь в сентябре (9,1%) и в октябре (55,5%) – в два месяца совершения э-декларирования; резкое возрастание показателя использования сарказма в комментариях интернет-читателей мы объясняем тем, что в первый месяц процесса э-декларирования журналистские материалы не имели высокого уровня негативизма, к тому же в сентябре 2016 года на сайте «Единый государственный реестр деклараций лиц, уполномоченных на исполнение функций государства или местного самоуправления» (Единый государственный реестр, 2016) было невелико количество декларантов, совершивших э-декларирование; в октябре 2016 года количество э-деклараций резко возросло, что отразилось и на резком повышении уровня фиксации сарказма в комментариях интернет-читателей журналистских материалов;

б) на наш взгляд, достаточно интересную тенденцию имеют показатели фиксации *презрения* как признака вербальной агрессии интернет-читателей в их комментариях: следует отметить, что в августе 2016 года показатели использования презрения равны 0% и лишь немного возрастают (до 9,1%) в сентябре 2016 года с началом процесса э-декларирования; уже в октябре 2016 года показатель фиксации презрения снижается до 5,5%, а ноябре 2016 года, когда э-декларирование завершилось, возрастает более чем в 5 раз и фиксируется на отметке 28,6%; можем пояснить такую тенденцию как финальное чувство интернет-читателей после раздражения (как начального чувства).

Последней, седьмой, процедурой исследования нами было намечено формулирование выводов на основе интерпретированных данных, что мы сделали в заключении.

Заключение

В начале исследования была сформулирована цель, которая состояла в том, чтобы измерить уровень корреляции вербальной агрессии интернет-читателей и данных электронного декларирования доходов чиновников Украины (в период с 23 августа по 7 ноября 2016 года). Результаты проведенного исследования позволяют нам констатировать, что поставленная цель достигнута полностью. Действительно, между показателями вербальной агрессии (раздражение, риторические вопросы с саркастическим подтекстом-намеком, сарказм и презрение) интернет-читателей журналистских материалов об э-декларировании чиновников в период последней недели августа – первой недели ноября 2016 года обнаружена корреляция.

Уровень упомянутой корреляции был различным. За неделю до начала процесса э-декларирования интернет-читатели больше были раздражены и задавали риторические вопросы с саркастическим подтекстом-намеком. С

началом октября 2016 года, когда процесс э-декларирования начался, у интернет-читателей возникает высокий показатель раздражения, а в октябре 2016 года, когда большая часть чиновников зарегистрировала свои доходы, на первое место вышел показатель фиксации сарказма в комментариях интернет-читателей. Наконец, в течении первой недели ноября 2016 года, после завершения процесса э-декларирования, наивысшим показателем стал тот, который фиксировал презрение интернет-читателей к авторам э-деклараций.

Хотя проведенное нами исследование является пилотным и его результаты не могут быть интерполированы, поскольку выборка недостаточна для того, чтобы результаты считать репрезентативными, следует отметить следующее:

1) исследованная нами группа интернет-читателей фиксирует достаточно высокий уровень корреляции между их вербальной агрессией и данными электронного декларирования доходов чиновников Украины (в период с 23 августа по 7 ноября 2016 года), что отразило уровень социального напряжения в Украине;

2) вместе с тем, после того, как высокий уровень вербальной агрессии достиг своего пика в комментариях интернет-читателей, на его смену «пришел» другой маркер вербальной агрессии – сарказм, сменившийся после окончания процесса э-декларирования презрением со стороны интернет-читателей; зафиксированная тенденция свидетельствует о двух, на наш взгляд, фактах:

– во-первых, исследуемая группа интернет-читателей «успокоилась» и выразила «тихое» презрение к чиновникам, показавшим истинные размеры своих накоплений;

– во-вторых, результаты нашего пилотного исследования подтвердили как положения теории инмутации общества, так и положения закона

инмутации, суть которого состоит в том, что степень увеличения инмутации коррелирует со степенью уменьшения мутации, и наоборот.

Следует также отметить, что результаты нашего исследования доказали факт цикличности процессов инмутации-абмутации-мутации. Другими словами: те процессы, которые в начале считаются в обществе инмутационными (негативными), проходя стадию его абмутации (отсутствия изменений), влекут за собою мутационные (позитивные изменения) процессы в обществе.

Благодарность

Выражаем благодарность за содействие в организации и проведении исследования Анне Ярославовне Холод – кандидату филологических наук, преподавателю кафедры гуманитарных и общеправовых дисциплин Национальной академии внутренних дел Украины.

Литература

1. Бэрн Р., Ричардсон Д. (2016) *Агрессия* / Р. Бэрн, Д. Ричардсон. – СПб.: Питер, 2001. – С. 24, 136, 178, 279.
2. «Власник церкви» Анатолій Матвієнко передасть її винятково Московському патріархату (2017) Взято с http://zik.ua/news/2016/11/02/vlasnyk_tserkvy_anatoliy_matviienko_peredast_ii_vunyatkovo_moskovskomu_984237
3. *Е-декларування як точка відліку змін в Україні* (2016) // *Обозреватель*. – 31 жовтня 2016 Взято с <https://www.obozrevatel.com/ukr/news/37680-e-deklaruvannya-yak-tochka-vidliku-zmin-v-ukraini.htm>
4. Журавлёв А. П. (1991) *Звук и смысл* / А. П. Журавлёв. – М.: Просвещение, 1991. – 160 с.

5. Журавлѐв В. К., Камалаев А. К. (1989) Опыт фоносемантического анализа и синтеза / В. К. Журавлѐв, А. К. Камалаев // Проблемы фоносемантики: тезисы выступлений на совещании. – М., 1989. – С. 43–44.
6. *Закон України «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно особенностей представления должностными лицами деклараций об имуществе, доходах, расходах и обязательствах финансового характера в 2016 году»* (2016) Взято с http://zib.com.ua/ru/122306-opublikovan_zakon_ob_elektronnom_deklarirovanii_dohodov_chin.html
7. *Корреляция* (2016) Взято с <http://psychology.academic.ru/7342/корреляция>
8. *Єдиний державний реєстр декларацій осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування* (2016) Взято с <https://public.nazk.gov.ua/>
9. *Національне агентство з питань запобігання корупції* (2016) Взято с https://twitter.com/nazk_gov
10. *«Скромно жити соромно!»*, – у соцмережах зробили висновок з е-декларацій депутатів (2016) Взято с http://zik.ua/news/2016/10/28/skromno_zhyty_soromno_u_sotsmerezah_zrobyly_vysnovok_z_edeklaratsiy_981827
11. Холод А. М. *Мужские и женские речевые картины мира* : монография / А. М. Холод. – Днепропетровск: Пороги, 1997. – С. 62–63 с.
12. *Щорічна декларація* (2016) Взято с <https://public.nazk.gov.ua/declaration/d85d6e36-cbeb-495d-a332-30b93c5f1f55>

Приложение

Результаты

идентификации признаков агрессивных текстов сообщений-комментариев

інтернет-читателів в ответ на публікації журналістів об е-декларуванні доходів чиновників в Україні (в період з 15 августа по 31 октября 2016 года)

(таблицы 1–6)

Таблиця 1

Кількість слів з «агресивними» консонантами
на 10 слів тексту повідомлення-коментаря

№ п/п	Название критерия анализа	Код реакции интернет-читателя	Общее количество случаев, принятых за 100%	Показатель соотношения (сочетания «агрессивных» консонант на на 10 слов сообщения- комментария)	Количество	
					слов с «агрессивными» консонантами	в %
1.	Кількість слів з «агресивними» консонантами на 10 слів тексту повідомлення-коментаря	1	39/100	2–3	8	20,5
		2	11/100	0	0	0
		3	14/100	1–2	3	21,4
		4	14/100	1	1	7,1
		5	16/100	2	2	33,3
		6	7/100	3	3	42,9
		7	19/100	2–3	5	26,3
		8	18/100	2–4	5	27,8
		9	20/100	1	2	10,0
		10	6/100	1	1	16,7
		11	17/100	1–3	3	17,6
		12	20/100	1–2	3	15,0
		13	20/100	1–3	3	15,0
		14	3/100	2	2	66,0
		15	3/100	1	1	33,0
		16	20/100	1	1	10,0
		17	55/100	0,9–1	5	9,1

18	2/100	0	0	0	
19	12/100	1–2	2	16,6	
20	18/100	0	0	0	
21	10/100	1	1	10,0	
22	22/100	0,04–0,1	1	4,5	
23	15/100	1	2	13,3	
24	20/100	1–2	4	20,0	
25	8/100	1	1	12,5	
26	13/100	1	2	15,4	
27	22/100	1,5–2	4	18,2	
28	21/100	0,5–1	1	4,8	
29	19/100	1	2	10,5	
30	11/100	0	0	0	
31	11/100	0	0	0	
32	8/100	0	0	0	
33	12/100	0,5–1	1	8,3	
34	6/100	0,5–1	1	16,7	
35	5/100	1	1	20	
36	5/100	0	0	0	
37	342/100	5–6	18	5,3	
38	185/100	2–2,5	20	10,8	
39	15/100	1–2	3	20	
40	30/100	1	3	10	
41	76/100	0,8–1	6	7,9	
42	83/100	0,5–1	4	4,8	
43	23/100	3–3,5	7	30,4	
44	28/100	1	3	10,7	
45	19/100	1	2	10,5	
46	73/100	0,7–1	5	6,8	

		47	11/100	0	0	0	
		48	12/100	1,6–2	2	16,7	
		49	14/100	1-2	2	14,3	
		50	35/100	1,5–1,75	2	5,7	
		51	22/100	0,9–1	3	13,6	
		52	46/100	0,9–1	6	13,0	
		САЧ*	30,0	1–1,1	3	10	

Примечание:

САЧ – среднее арифметическое число.

Таблица 2

Количество матерных (или брутальных) слов
на 10 слов в сообщениях-комментариях

Название критерия анализа	Общее количество случаев, принятых за 100%	Показатель соотношения (сочетания «агрессивных» консонант на на 10 слов сообщения-комментария)	Количество брутальных слов	%
Количество матерных (или брутальных) слов на 10 слов в сообщениях-комментариях	1554/100	0,013	2	0,3

Таблица 3

Количество парцелированных синтаксических структур

Название критерия анализа	Общее количество предложений во всех сообщениях-комментариях, принятых за	Количество случаев употребления парцелляции	%

	100%		
Количество случаев употребления парцелляции	108/100	11	10,2

Таблица 4

Количество фрагментов текста с использованием сарказма

Название критерия анализа	Общее количество текстов сообщений-комментариев	Кол-во фрагментов текста с использованием сарказма	%
Количество фрагментов текста с использованием сарказма	52/100	24	46,1

Таблица 5

Количество фрагментов текста с признаками раздражения*

Название критерия анализа	Общее количество текстов сообщений-комментариев	Количество фрагментов текста с признаками раздражения	%
Количество фрагментов текста с признаками раздражения	52/100	23	44,2

Примечание:

*«Фрагменты текста с признаками раздражения» – саркастические, гневные высказывания, оскорбительные слова, иногда – brutальные слова; парцелированный синтаксис.

Таблиця 6

Количество риторических вопросов*
с саркастическим подтекстом-намеком

Название критерия анализа	Общее количество предложений во всех сообщениях-комментариях, принятых за 100%	Количество риторических вопросов с саркастическим подтекстом-намеком	%
Количество риторических вопросов с саркастическим подтекстом-намеком	108/100	11	10,2

Примечание:

* «Риторические вопросы» – вопросы, не требующие ответа.

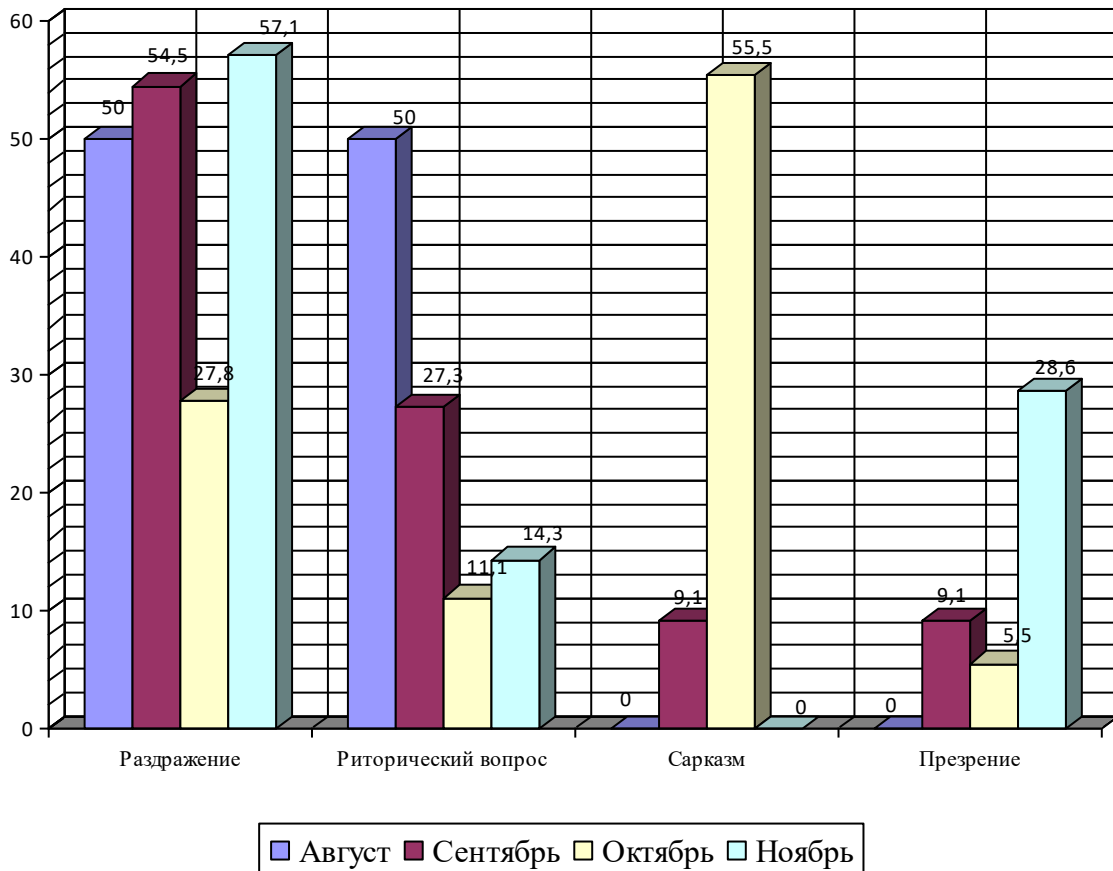
Таблиця 1

Показатели наличия признаков вербальной агрессии в текстах сообщений-комментариев интернет-читателей журналистских материалов об Э-декларировании доходов чиновников Украины (в период с 1 сентября по 31 октября 2016 года)

	Признаки вербальной агрессии в текстах	Количество (в %) случаев в месяцы 2016 года			
		Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь
1.	Раздражение	50	54,5	27,8	57,1
2.	Риторический вопрос с саркастическим подтекстом-намеком	50	27,3	11,1	14,3
3.	Сарказм	0	9,1	55,5	0

4.	Презрение	0	9,1	5,5	28,6
5.	ИТОГО:	100	100	100	100

Рис. 1 Показатели наличия признаков вербальной агрессии в текстах сообщений-комментариев интернет-читателей журналистских материалов об Э-декларировании доходов чиновников Украины (в период с 1 сентября по 31 октября 2016 года)



Приложение

1. Wadim Wadimin

Изучив е-декларации наших скромных чиновников и депутатов, понимаешь, что валютный фонд должен у нас одалживать деньги, а не Украина у него. Почему бы не одолжить у патриотов Украины, а они потом патритично простят Украине долг и мы заживем счастливо

28 жовтня 2016 р. 17:19

2. CorruptUA @CorruptUA

Може нам усім варто подякувати депутату Демчаку за чесність?:) Що скажете? #декларації #рада8 via @MagicUkraine

13:24 – 28 Жвт 2016

3. Vitaliy Moroz@insider_ua

Таке враження, що основний меседж від депутатів й чиновників з деклараціями: «Скромно жити соромно!» #рада8 #декларації
3:03 - 28 окт. 2016 г.

4. Схеми@схему

7 нояб.2016

Деякі працівники ГПУ декларують чималі статки. Звідки все це у службовців зі скромною зарплатою?

5. Vitaliy Moroz @insider_ua

6 нояб.

Vitaliy Moroz Ретвитнул(a) Quartz

О, не тільки в Україні живуть жлоби, які дірвалися до бюджету, ще й в Екваторіальній Гвінеї).

6. Vitaliy Moroz @insider_ua

31 окт.

Е-декларації: ми читаємо – вони продовжують п...здити #декларації

7. Vitaliy Moroz @insider_ua 31 окт.

Vitaliy Moroz Ретвитнул(a) ZAXID.NET

Новий міністр інфраструктури розазав, як з одного тепловоза крадуть на дизелі мільйон в місяць, Ці пацани - крутіші #рада8 #декларації

8. Vitaliy Moroz@insider_ua

О, здається, нардепа Парасюка так обділяли в дитинстві, що він надолужує, приймаючи дорогі подарунки нині #рада8 #парасюк #декларації
5:36 - 29 окт. 2016 г.

9. Vitaliy Moroz@insider_ua

Найбільш заможна депутатка Тетяна Донець: 36 мільйони в спадок, але отримала відшкодування в 75 тисяч грн за комуналку #рада8 #декларації

10. Людмила@Lyuda_lviv

29 окт.

@insider_ua а що це за відшкодування таке?

11. **Vitaliy Moroz @insider_ua**

28 окт.

Один з "чесних" галичан й великий патріот- Гринів відмовився пояснювати, на що сім'я купила квартиру й машину <http://www.pravda.com.ua/news/2016/10/28/7125077/> ... #рада8

12. **Vitaliy Moroz @insider_ua**

24 окт.

Дискусія про зарплати депутатів – це триндець, жовта журналістика в найгірших проявах, дискутуйте про мільярди, що сховані в бюджеті #рада8

13. **Игорь Николенко**

31 Октября, 06:55

Интересно, если из членовников вытрусить все деньги и драгоценности и сложить на кучу, Карпатские горы были бы выше или нет?)

Ответить 2 0

14. **Evgeniy Tkachenko**

30 Октября, 11:13

Зависть это грех!

Ответить 0 3

15. **focus**

30 Октября, 18:22

Здесь, скорее презрение.

Ответить 5 0

16. **focus**

29 Октября, 02:21

Прикольнo, зам. главы фракции БПП А.Матвиенко даже указал в качестве своего имущества Храм Успения Пресвятой Богородицы в Винницкой области.

Ответить 6 0

17. **focus**

29 Октября, 02:36

Хотя, о достатках "слуг народа" люди и так знают. Эта каста неприкасаемых всегда жила не на одну зарплату. Чего только стоит "народная" Самопомощь от мафиози Садового. Прошли в ВР на волне популизма, все такие "патриоты правильные", а на деле - хапуги. К

примеру, курица А. Гопко задекларировала 10 квартир! Ну на хрена они ей? Сиротам отдай....

18. Игорь Николенко

31 Октября, 07:37

Грехи замаливают!))

Ответить 2 0

19. я Волкова

28 Октября, 16:16

Зависть и злоба - смертный грех. Как и лень . Будете гореть в аду

Ответить 0 10

20. я Волкова

28 Октября, 16:16

Кто вам мешает покупать квартиры и машины ?.... новостроек хватает, автосалоны все работают с 9 до 20.00... странные такие

Edmond Dantes @deMonte_Cristo

21. Наслаждаюсь результатами е-декларирования.

Депутаты плакали, кололись, но продолжали есть кактус.

15:47 - 28 октября 2016

22. sana Horobiyevska

-Что показало е-декларирование?

-Что у депутатов нет ни стыда, ни совести! Одни квартиры, дома, миллионы и компенсация жилья за наш счет!!!

23. МинПанд @crimeapanda

Батя уехал в Ростов, а пацаны все еще стараются держать бабло налом по его завету.

12:20 - 28 октября 2016

24. Кот бандеровец@goshakot779

ПРЕМЬЕР КОЛЛЕКЦИОНЕР

Гройсман задекларировал 9 дорогих швейцарских часов Мог бы 8 продать с аукциона на нужды армии.

Ретвит если согласен

17:33 - 26 октября 2016

25. **UKROPw777 @7w7w7w**

сьогодня в Україні день. НЕ СМЕШИТЕ НАШИ ДЕКЛАРАЦІИ.
13:45 - 28 октября 2016

26. **Oksana Kovalenko @superumka**

Ну, ну Аваков зайка і тролль в одному обличчі - 3 шуби дружини задекларував
13:53 - 28 октября 2016

Руководство НАБУ изучает сейчас е декларации и рыдает. Рыдает от упущенных возможностей. А теперь низзя. В углу стоит тень Лещенко и Залищук
15:50 - 27 октября 2016

Нерохана-Tetiana @ian_tanya

27. Найем задекларировал 16 тыщ у.е. наличкой и все - ни квартиры, ни машины. Самый бедный из "еврооптимистов". Наверное на метро ездит...
08:57 - 28 октября 2016

28. **Svyatoslav Vakarchuk@s_vakarchuk**

Судячи з декларацій деяких чиновників та депутатів, вони прожили 25 років незалежності України інакше, ніж їхні виборці. Пощастило, мабуть.
13:05 - 28 октября 2016

29. **Карикатурист @nightseparator**

А есть у нас депутат у которого меньше чем три квартиры?
11:52 - 28 октября 2016

30. **DanylyukYarmolaeva @DYarmolaeva**

Тихий сімейний вечір депутата Демчака, його дружини і 133 мільйонів готівкою
09:04 - 28 октября 2016

31. **Lyudmila Popova**

Мабуть у нас найближчим часом нычого не помыняэться.

Подобаэться · Відповісти · 1 хв

32. **Михаил Мукомел**

Люди хотят искоренить коррупцию в высших эшелон власти, чем они и займутся!!!

33. **Vika Stotskaya**

Вы за все ответила. бумеранг существует

34. **Лариса Майдановская**

Блин, как-же кушать хочется.

35. **Сергей Григоренко**

А как же конституция?

36. **Владимир Полочанинов**

Кто вы, твари?! Вам картины важнее голодных солдат?!

29 октября 2016, 16:16

Сотни миллионов долларов США наличными, коллекции часов на миллионы долларов, винные погреба с бутылками по цене однокомнатной квартиры, картины – достояние мирового искусства, которым место в национальных музеях, монеты, скульптуры, десятки домов с площадями дворцов, квартиры размером больше резиденций глав государств у (50) которых мы кланчим деньги, десятки супер дорогих автомобилей...

В стране – где нет нормальной детской больницы, нет европейского уровня школы, нет ни одного человеческого университетского кампуса.

В стране – где чемпионат по футболу можно сыграть за два тура, а по хоккею особо и играть нормально негде.

В стране с убогими библиотеками и разграбленными музеями.

В стране – где воины АТО и пенсионеры должны платить военный сбор и где прожиточный минимум находится сильно ниже уровня бедности по всем индикаторам ООН.

В стране – где никто не изобрёл айфон, никто не создал Майкрософт, никто не производит мерседес, где нет самого высокого здания в мире или (50) самой современной трассы формулы один.

В стране – где лучшие спортсмены в мире могут быть только среди инвалидов потому, что каждый день борются за жизнь как за медали на олимпиаде.

В стране – где за 25 лет не сняли не один мировой шедевр, не написали бестселлер, не создали робота, уникальный материал или лекарство.

В стране, где 90% молодёжи мечтает эмигрировать, а старики нормально поесть.

В стране – где волонтеры за последние деньги и добровольцы рискуя жизнью сохранили независимость.

В этой стране такие богатые и такие бесполезные люди ? во власти !

Кто вы, твари ?! Вы надеетесь жить вечно ?! Вам три бутылки вина или одни часы кажутся важнее школьного стадиона или жизни онкобольного ребёнка ?

Вам картины важнее голодных и все ещё оборванных солдат на передке ?!

У вас на мелкие расходы дома в тумбочке пенсия работяги за 200 лет ?

Так вы заботитесь о своём народе который позволил вам дебилам, подонкам и неучам все это иметь ?!

Я не знаю такой веры, которая вас могла бы спасти от гнева людского и Божьего.

Вы на столько ничтожны, что вас даже трудно ненавидеть, вас презирают все нормальные люди, которые все ещё есть в Украине, и мне искренне жалко ваших детей и внуков.

37. Алексей Давиденко

Посмотри Вася, что депутаты декларируют...

29 октября 2016, 09:10

Пришел депутат домой, а его встречает жена:

- Знаешь, Вася, а я даже рада этому Е-декларированию.
- Ты что такое говоришь! Дура!
- Вася, я вот тут на досуге посмотрела декларации твоих коллег по фракции.
- И что?
- А ты посмотри Вася, что другие депутаты декларируют. Вот, например, твой Саша из бюджетного.
 - Ну наверное (50) как и мы: машины на маме, квартиры на теще, дом на детях.
 - Нет Вася, он декларирует Люськины драгоценности: бриллианты Damiani, кольцо Cartier, шубу из соболя. А вот Петя из АПК указал в декларации Ларисыны серьги Van Cleef, коллекционные женские часы Breguet и две сумки Hermes из крокодиловой кожи.
 - Ну (50) так я ж не виноват, что меня определили в комитет образования и науки. Ты ж сама знаешь, там ни украсть, ни покараулить.
 - Вася, ты уже два года депутат, а в своей декларации указал лишь один маленький уродливый кулончик из янтаря с застывшей букашкой, который ты привёз мне в подарок из (50) командировки в Ровно.
 - Люся, ну мне что дали, то я тебе и подарил. Сказали, что это талисман на удачу!
 - Вася, ночь длинная, садись изучай декларации коллег. Хоть будешь знать, какие талисманы дают другим на удачу.

38. В отрицалове CosmopolitUa

@metimus

Оказалось, что по 100 гривен на армию скидывались в стране, где чиновники декларируют бюджеты областей

39. Inna Nurzhynska

Одесская область, Одесса

Антикоррупционер #Найем осудил украинцев за интерес к подаче чиновниками электронных деклараций... Та мы не интересуемся, мы тихо на кухне тьякаем. Мы же знаем шо низя интересоваться, а то Путин нападёт

40. Iryna Guk

І знову «Доїхало», нудне, нецікаве, скрізь однакове, таке нам тут не зрозуміле та далеке. Як влучно хтось вчора написав, розглядаючи декларації, «а між тим у нас жебраки продовжують жебраків одягати і годувати»...

Отже, цього разу «одягли і погодували» ми з вами повними медичними рюкзаками, аптечками і комплектуючими до низ 30-у та 54-у бригаду. Дякую людям з великими серцями за ще одну можливість допомогти. Дякую тим, хто прямо зараз виконує свою роботу на позиціях. Гарної всім неділі.

41. Анна Баздырева

Ленту разрывает от задекларированных имуществ наших госслужащих разных рангов. Во-первых, у многих не укладывается в голове, многие просто нули не могут сосчитать; а сколько они не вписали! Что-то мне не верится, что они прям все до последней копейки.

Во-вторых, и что дальше? Вот, общественность возмущена! Вот, кредиты постоянно берем! Вот, волонтеры по копейке в пользу фронта собирают! Вот, депутаты получают компенсацию на жилье и материальную помощь от государства! И что дальше? Как нам, простому люду, повлиять на этот... Даже слово не могу подобрать...

42. Vyacheslav Chechilo

Ну, и в завершение темы е-деклараций...

«Люди, которые голосуют за неудачников, воров, предателей и мошенников, не являются их жертвами. Они соучастники». Джордж Оруэлл.

43. Andrey Portnov

Если не будет жёсткой юридической реакции на майданного клоуна, записавшего себе в декларацию триллион гривен <https://goo.gl/n7fxRu>, с аналогичным успехом туда можно будет безнаказанно записывать и стоимость собственного детородного органа.

44. Svyatoslav Vakarchuk@s_vakarchuk

Судячи з декларацій деяких чиновників та депутатів, вони прожили 25 років незалежності України інакше, ніж їхні виборці. Пощастило, мабуть.

13:05 – 28 октября 2016

45. Сергей Сидоренко

Всі читають е-декларації і дивуються, як народ зберігає «під подушкою» такі гроші готівкою.

Панове, а чому ви вважаєте, що ці кошти є в реальності?

Вангую, що у багатьох випадках їх просто не існує за межами віртуальної декларації. Це ж очевидно! Якщо у вас є нормальний корупційний дохід, то задекларована неіснуюча готівка – простий та законний спосіб легалізації майбутніх доходів. Бо ви ж не напишете наступного року в рядочок доходів, типу, «зарплатня – отримав мільйон хабаря...».

Карикатурист@nightseparator

А есть у нас депутат у которого меньше чем три квартиры?

46. Иван Оберемко

Голова фракції «Народний фронт» Максим Бурбак задекларував 22 автомобілі.

22 – это перебор.

47. **Дмитрий Розенфельд**

Парубий задекларировал 3 квартиры и 2 дома.

Что можна сказать?...

Только порадоваться за него.

48. **Алексей Митасов**

Смотрите что получается, е-декларирование показало что Глава правительства, депутаты большинства, и прочие чиновники... не хранят деньги в банках. Получается они не доверяют банковской системе Украины, а как следствие главе НБУ.

Вопрос: почему не меняют Гонтареву?

49. **Олександр Сіряков** _ 23.08.2016 09:29

Цікаво, а не є потворами клоуни, які за кошти європейських платників податків не змогли в Україні створити е-систему декларування стійку до зламу?

50. **Амер Местный** _ 22.08.2016 10:48

Проблема в том, что чиновники боятся показать свои доходы за последние два года, состояние у многих увеличилось в разы на фоне обнищания народа и бизнеса поэтому под любыми предложениями через суды они будут тормозить этот процесс.

Все просто обнародовать декларацию для многих это подписать себе приговор.

РОЗДІЛ 3.2.

(російською мовою)

ТРАНСФОРМАЦІЯ «ІДЕОЛОГІЙ» УКРАЇНСЬКОЇ СЕМЬОЇ ПОД ВЛИЯНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ КАТАКЛИЗМОВ 2013-2015 ГОДОВ В УКРАИНЕ

1. Введение

Актуальность исследования

На сегодняшний день в научных кругах есть небольшое количество публикаций, посвящённых изучению трансформации «идеологии» (системы взглядов и идей, мировоззрение) украинской семьи под влиянием освещённых в масс-медиа социальных катаклизмов 2013–2015 годов в Украине. Под социальными катаклизмами упомянутых трёх лет мы имеем в виду следующие трагические события:

- 1) силовой разгон мирных демонстрантов-студентов на площади Независимости 29 ноября 2013 года в г. Киеве [1];
- 2) силовое противостояние демонстрантов и милиции возле здания Администрации Президента Украины на ул. Банковой, 11 в г. Киеве [1];
- 3) расстрел мирных демонстрантов 18–20 февраля 2014 года на ул. Грушевского в г. Киеве; [2];
- 4) начало оккупации Автономной Республики Крым 20 февраля 2014 года [3];
- 5) начало антитеррористической операции (АТО) в Харьковской (8 апреля 2014 года), начало АТО на территории Востока Украины 13 апреля 2014 года [4];

6) бой под Волновахой, где украинские военные потеряли 18 солдат (22 мая 2014 года) [5];

7) бои в Донецком аэропорту (с 25 на 26 мая 2014 года – первый этап; 28 сентября 2014 года – 21 января 2015 года – второй этап: согласно данным украинской стороны погибших насчитывается 178 человек и 564 раненых, согласно данным ДНР – убитых 100 человек, раненых – 162 человека; обе стороны официально занизили показатели [6];

8) отдельные бои, авианалёты, обстрелы и теракты в районе Донецка (конец весны 2014 – август 2014 года);

9) бои за Славянск (12 апреля – 5 июля 2014 года) (по сообщениям Министерства обороны Украины и повстанцев: погибших с обеих сторон – 84 человека, раненых – 380 человек; по заявлениям информационных служб враждующих сторон: убитых с обеих сторон – 1170 человек, раненых – 1500 человек [7];

10) вооруженное противостояние в Мариуполе (7 мая – 13 июня 2014 года);

11) захват Донецкого аэропорта (с 25 на 26 мая 2014 года);

12) отдельные бои в г. Донецк (с мая по август 2014 года; осень и начало зимы 2014 года);

13) обстрел автобусной остановки «Донецкгормаш» в г. Донецке, повлёкший за собой гибель от 8 до 15 мирных жителей и 20 раненных (22.01.2015 года) [8];

Изучение изменений, которые фиксируются в украинских семьях, в трагические два–три года (2013–2015) позволяет констатировать актуальность нашего исследования. Также следует заметить, что динамика декларации в масс-медиа «идеологии» семей, проживающих в Украине в последние 3 года (2013–2015), достаточно стремительно меняется в связи с событиями

политического и социального характера. Актуальным мы считаем планируемое исследование, поскольку его результаты ориентированы на детальное прогнозирование настроений в обществе, которое перманентно переживает кризисы и социальные потрясения. Отсутствие результатов подобных исследований может привести к негативной динамике в проведении Украиной предстоящих основательных реформ, связанных с движением в Европейский Союз.

Гипотеза нашего исследования состояла в предположении того, что трансформация «идеологии» украинской семьи произошла под влиянием отраженных в масс-медиа социальных катаклизмов 2013–2015 годов, происходивших в Киеве, в Крыму на Востоке Украины (на территориях части Донецкой и части Луганской областей).

Объектом изучения мы избрали трансформацию «идеологии» (системы взглядов и идей, мировоззрение) украинской семьи, *предметом* – трансформацию «идеологии» украинской семьи под влиянием освещённых в масс-медиа социальных катаклизмов 2013–2015 годов в Украине.

Цель исследования мы определили следующим образом: выявить и описать трансформацию «идеологии» (системы взглядов и идей, мировоззрения) украинской семьи под влиянием освещённых в масс-медиа социальных катаклизмов с 29 ноября 2013 года по 31 декабря 2015 года в Украине (в Киеве, Крыму и части Луганской и Донецкой областей).

2. Методы исследования

Методы, к которым мы обратились, составили две группы: первая группа включила общие и общенаучные методы, вторая группа состояла из методов теоретического и эмпирического исследования.

К *общим методам* мы отнесли диалектический метод, который предполагает следованию трём основным принципам: 1) монизма, 2) единства

диалектики бытия и диалектики мышления, 3) общей связи и общего развития явлений в мире.

Следование названным трём принципам диалектики позволило нам рассматривать процессы трансформации «идеологии» украинской семьи в качестве таких, которые существуют лишь в нашем мире и не предполагают анализа их существования ни в каком другом физическом измерении (мире). Следуя принципам диалектики, мы рассматриваем «идеологию» семьи как такую систему взглядов и идей, которая образует единство социальных практик членов семьи и формирования их представлений о мире. Согласуясь с декларацией третьего принципа диалектики, мы признаём связь между развитием разных систем в мире, в нашем случае мы учитываем в дальнейшем исследовании зависимость формирующихся в семье взглядов и позиций от внешних обстоятельств и внутренних условий сосуществования членов семьи.

К *общенаучным методам*, к которым мы обратились в своём исследовании, следует отнести такие:

– *анализ* как расчленение целого предмета изучения (семьи) на составляющие (члены семьи, их взгляды и воззрения, установки и идеи, которыми они «заражены» под влиянием масс-медиа);

– *синтез* как объединение ранее выделенных нами частей (картины мира членов семьи, взгляды на «войну»¹ (АТО), политику, экономику, культуру, образование, спорт, охрану здоровья и под.) предмета в единое целое (мировоззрение семьи);

– *абстрагирование* как отвлечение от ряда свойств и отношений (например, рождение членов семьи в США или Казахстане) исследуемого явления и сосредоточение на свойствах и отношениях, которые интересуют нас

¹ «Войной» мы не можем называть те действия, которые юридически не имеют такого статуса; в Украине ведение действий, направленное на уничтожение живой и технической мощи врага в период с февраля 2014 года по декабрь 2015 года, называют антитеррористической операцией (сокращенно – АТО).

в русле цели нашего исследования (системы взглядов членов семьи, которая меняется под влиянием масс-медиа в ходе освещения трагических событий на Майдане, в Крыму, на Востоке Украины в период с 30 ноября 2013 по декабрь 2015 года);

– *аналогия* как формулирование выводов о схожести и различиях в ответах респондентов, принявших участие в стандартизованном анкетировании, посвященному трансформации «идеологии» семьи, на основании схожести и различий одних признаков предметов изучения (мировоззрение опрашиваемых), перенося такие признаки на общее представление на предмет изучения (идеологию украинской семьи);

– *классификация* как распределение объектов изучения (ответов на вопросы анкеты) в группы в зависимости от их признаков и фиксации закономерных связей между группами в системе социологии и социальных коммуникаций как отраслей научных знаний.

Ко второй группе методов мы отнесли теоретические и эмпирические методы.

Список *теоретических методов* состоял из следующих:

– *аксиоматический метод*, предполагающий выдвижение положений, которые не требуют доказательств (к таким относим положение о том, что АТО по факту являлось войной России против Украины), и выведение на их основе тезисов, которые создают аксиоматическую теорию (например, теория негативного влияния противостояния боевиков ДНР (так называемой «Донецкой народной республики») и ЛНР (так называемой «Луганской народной республики»), а также сил МВД Украины (Министерства внутренних дел Украины) и ВСУ (Вооруженных сил Украины), обеспечивающих АТО (антитеррористическую операцию) в восточной Украине на трансформацию системы взглядов и ценностей украинской семьи в период 2013–2015 годов);

– *статистические методы* (метод статистического наблюдения в форме специального организованного наблюдения – стандартизированного несплошного разового анкетирования в разных регионах Украины (Киев, Запорожье, Львов, Винница, Тернополь) и стандартизированного сплошного анкетирования в электронной системе «Gugle Формы»; метод сведения данных; метод группировки; текстовый и табличный методы, метод статистических графиков/диаграмм), с помощью которых мы определили средние значения в ответах респондентов, характеризующие всю совокупность исследуемых явлений (в нашем случае – трансформацию «идеологии» украинской семьи под влиянием социальных катаклизмов 2013–2015 годов в Украине, отраженных в масс-медиа);

– *гипотетико-дедуктивный* метод, который был необходим нам для выдвижения гипотезы о том, что трансформация «идеологии» украинской семьи произошла под влиянием социальных катаклизмов 2013–2015 годов, происходивших на Востоке Украины и отраженных в масс-медиа, и доказательства истинности/неистинности выдвинутой гипотезы с помощью метода дедукции/индукции.

Среди *эмпирических методов* мы избрали такие:

– *наблюдение*, которые помогли нам целенаправленно и организовано воспринять процессы трансформации «идеологии» украинской семьи, произошедшие в ходе освещенных в масс-медиа социальных катаклизмов в упомянутые три года в Киеве, Крыму, Донецкой и Луганской областях Украины;

– *описание* как фиксацию результатов наблюдения;

– *измерение*, при проведении которого мы сравнивали полученные в анкетировании показатели с теми, которые были получены исследователями в

ходе опросов, близких к нашему по содержанию и проведенных до социальных катаклизмов 2013–2015 годов в Киеве, Крыму и на Востоке Украины.

История проблемы

Рассмотрение результатов, полученных социологами за последние пять лет, позволит нам в доказательной форме декларировать практическое отсутствие (на момент написания текста) публикаций, в которых отражены результаты исследования процессов трансформации «идеологии» украинской семьи под влиянием освещённых в масс-медиа социальных катаклизмов, произошедших в период с 2013 года по 2015 год в Киеве, Крыму и на Востоке Украины. Однако отдельные вопросы в тех опросах, которые проводили наши коллеги-социологи, мы обнаружили и ниже предлагаем их аннотированный обзор.

По результатам социологического опроса, проведенного фондом «Демократические инициативы имени Илька Кучерива» и Киевским международным институтом социологии накануне парламентских выборов 2014 года, 31 % украинцев считают, что события на Евромайдане в 2014 году были государственным переворотом. Интересно заметить, что 16% опрошенных считают, что переворот был подготовлен политической оппозицией, 15% респондентов уверены в том, что переворот был поддержан западными странами. Достаточно разное отношение к событиям на Евромайдане зафиксировано в семьях респондентов, проживающих на Юге Украины: 20% уверены в том, что протест восставших был осознанным, 22% опрошенных думают, что протест был стихийным. Как сообщается в пресс-релизе фонда «Демократические инициативы имени Илька Кучерива» и Киевского международного института социологии, жители Востока Украины в 20% считают, что протест на Евромайдане был осознанным, 24% – стихийным. Зато в Донецкой области 72% респондентов уверяют, что Евромайдан был

государственным переворотом, в том числе 51% опрошенных считают, что переворот был совершён при поддержке Запада, а 21% – при поддержке оппозиции. Лишь 11% опрошенных ответили, что считают Евромайдан борьбой граждан за свои права [9].

Среди мнений, бытовавших в обществе в период 2014–2015 годов, и в том числе составляющие идеологию украинских семей, отмечаются запросы на приход к власти радикальных политических сил, настроенных на милитаризм. О таком факте сообщает основатель R&B Group Евгений Копатько в комментарии для украинского издания ForUm: «Украинцы готовы активнее голосовать за радикальные партии..., в риторике которых присутствуют милитаристские призывы». В то же время, в Украине обсуждаемого периода фиксируются «массовые бунты против очередной мобилизации и войны на Донбассе». Ко всему, «те, кто уже вкусил горький хлеб войны, воевать больше не хотят». Социолог Е. Копатько упоминает в своём комментарии о том, что милитаристские настроения в Украине поддерживаются в масс-медиа олигархами С. Лёвочкиным и Д. Фирташем (которые были связаны напрямую с так называемой «командой Януковича» – *примечание наше – А. Х.*) [10].

Опираясь на данные социологических опросов и на отдельное мнение социолога Е. Копатько, мы делаем вывод о том, что «идеология» украинской семьи имела в период от ноября 2013 года до декабря 2015 года достаточно разную направленность, иногда противоположную одна другой. Последняя дифференциация мотивировалась как географическим положением проживания украинских семей, так и политической ориентацией их членов.

По данным Киевского международного института социологии (см. далее рис. 1), среди 1539 опрошенных украинцев (до начала трагических событий в Киеве, Крыму и Восточной Украине в период с ноября 2013 года по декабрь 2015 года) 61% на первое место в своей жизни «ставили» семью, 23% – работу

и лишь 7% отдавали первое место отдыху. Следовательно, в идеологии семей в Украине до упомянутых трагических событий работа стояла на втором месте. Каждый четвертый-пятый из опрошенных включал в систему ценностей работу. Семья же была хотя и на первом месте, но показатель ответов свидетельствовал о том, что лишь для немногим больше половины опрошенных она (семья) входила в ценности, которые и составляют ее идеологию.

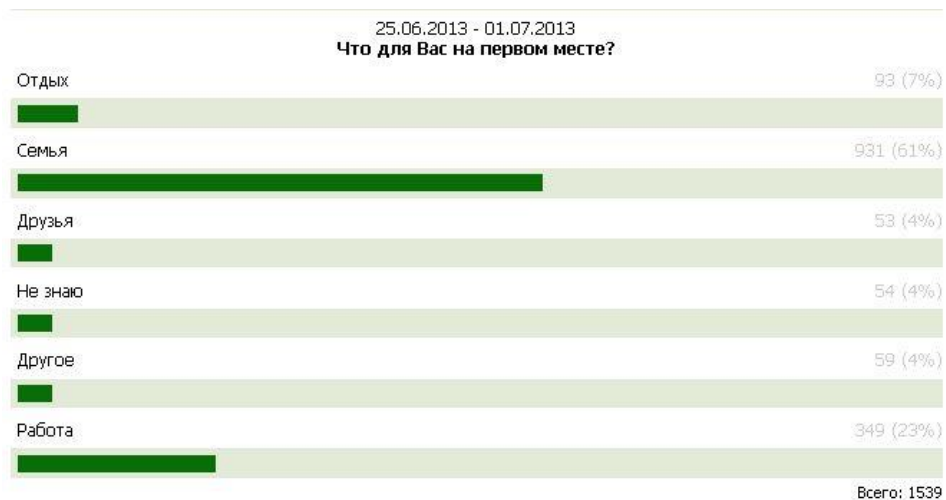


Рис. 1 Данные опроса Киевского международного института социологии, проведенного в период с 25.06.2013 по 1.07.2013 года (выборка – 1539 респондентов по всей Украине)

В некотором плане подтверждением результатов и тенденций, зафиксированных социологами в предыдущие годы, является и наше исследование, описанное далее.

3. Результаты и обсуждение

Методика исследования

Для выявления и описания трансформации «идеологии» (системы взглядов и идей, мировоззрения) украинской семьи под влиянием освещённых в масс-медиа социальных катаклизмов с 30 ноября 2013 года по 31 декабря 2015 года в Украине (в Киеве, Крыму и части Луганской и Донецкой областей) мы организовали и провели стандартизованное несплошное разовое анкетирование в разных регионах Украины (Киев, Запорожье, Львов, Винница (Донецк), Тернополь) и стандартизованное несплошное анкетирование (238 респондентов) и стандартизованное сплошное анкетирование в электронной системе «Google Формы» (выборка – 79 респондентов). Всего было опрошено 317 респондентов (при $P = 0,954$ погрешность составила 5,1). Таким образом, судя по географическим показателям, мы охватили Восток (Донецк), Юго-Восток (Запорожье), Запад (Львов, Тернополь), Север (Киев) и Центр (Винница) Украины, что позволяет констатировать репрезентативность нашего опроса.

Респондентам была предложена стандартизованная анкета, состоящая из 12 вопросов-утверждений. Для каждого вопроса-утверждения предлагалось по 3–6 вариантов ответа. Опрашиваемых просили отметить тот вариант ответа, который ему близок. Анкета была составлена на украинском языке. Результаты опроса, проводимого в период от 4 ноября до 16 ноября 2015 года (Киев, Запорожье, Львов, Тернополь) и от 13 по 22 ноября 2015 года (Винница (Донецк), вся Украина), занесены нами в таблицы.

Нами было установлено, что в целом по Украине 71,1% респондентов смотрят, слушают и читают средства массовой информации (масс-медиа: газеты, журналы, телевидение, радио, интернет-сайты), причём 25,6% делают это иногда, а 2,9% не слушают и не смотрят СМИ. Интересными, на наш взгляд, оказались показатели количества тех респондентов, которые не смотрят, не слушают и не читают масс-медиа (12,5% – преподаватели и служащие Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, 4,9% –

студенты Винницкого государственного педагогического университета; 4,3% – студенты Львовского национального университета имени Ивана Франко). Поскольку возраст студентов, принявших участие в опросе, составил диапазон от 17 до 19 лет, можно интерпретировать такие показатели как демонстрацию отсутствия в общежитиях или у студентов, проживающих на квартирах, телевизора (радио) и средств для покупки газет или для оплаты интернета.

На вопрос о том, правду или неправду подают масс-медиа, респонденты по всей Украине в 94,4% указали, что масс-медиа подают «иногда правду, а иногда неправду». При этом 9,8% студентов Винницкого государственного педагогического университета (далее – ВГПУ) «не могут определиться» с тем правду или неправду подают масс-медиа. Ответы студентов других вузов Украины (из числа опрошенных) позволили также зафиксировать недоверие к масс-медиа в диапазоне показателей от 2% до 5,3%. Достаточно показательным мы считаем уровень недоверия преподавателей Киевского национального университета им. Тараса Шевченко (100%). Интересно отметить также, что в 5,3% респондентов Украинского католического университета в г. Львов (далее – УКУ) считают информацию в масс-медиа «сплошной неправдой». Из 79 (100%) респондентов, представлявших всю Украину в он-лайн опросе в системе «Google Формы», 2,5% опрошенных в возрасте от 17 до 62 лет считают, что масс-медиа подают «сплошную правду». Таким образом, можем констатировать, что большинство (94,4%) респондентов не доверяют в полной мере масс-медиа и считают, что они (масс-медиа) «иногда подают правду, а иногда – неправду».

Ту информацию, которую подавали в масс-медиа в период с ноября 2013 года до декабря 2015 года, в семьях респондентов оценивают по-разному, что связано, на наш взгляд, со степенью соучастия, эмпатии по отношению к тем, о ком шла речь в масс-медиа. 67,1% опрошенных сообщили о том, что они

иногда обсуждают в семье то, что предлагают масс-медиа. Всего 2,4% не обсуждают продукцию масс-медиа, 20,5% опрошенных горячо обсуждают её, что в 8% случаев «иногда приводит к ссоре» в семье. Таким образом, трансформация идеологии семьи произошла на уровне перераспределения степени и качества реагирования на информацию, которую подают масс-медиа (если до трагических событий 2013–2015 годов в Украине не было категории «горячо обсуждается то, что предлагают масс-медиа», то в обозначенный период обсуждаемая категория ответов появилась, при этом её показатель равен 20,5%, что говорит о том, что в каждой пятой семье обсуждение тем, освещаемых в масс-медиа, не было спокойным). Нами зафиксирована определенная корреляция между, с одной стороны, фактором «географическое положение и политическая ориентация» респондентов и, с другой стороны, фактором «горячо обсуждается то, что предлагают масс-медиа»: самые высокие показатели предпочтения варианта ответа «горячо обсуждается» имеют респонденты-студенты из Львова, которые учатся в Украинском католическом университете (36,8%) и респонденты-студенты, обучающиеся в Виннице, в Винницком государственном педагогическом университете (26,8%). Достаточно высокие показатели предпочтения ответа «горячо обсуждается то, что предлагают масс-медиа» имеют респонденты-студенты из Киевского национального университета имени Тараса Шевченко (20,5%) и респонденты-студенты Запорожского национального технического университета (19,6%).

Информация, которую предлагали масс-медиа в период с ноября 2013 года по ноябрь 2015 года, воспринималась по-разному в украинских семьях. В рамках всей Украины 44,3% опрошенных отметили, что их семья до указанного периода «никогда не ссорилась по поводу новостей», 35,1% респондентов указали на то, что их семьи до означенных событий, отраженных в медиа, «жили спокойно». Однако в 8,1% случаев участники опроса ответили, что до

освещения в масс-медиа трагических событий в Украине упомянутого периода их «отец (или муж) был спокойнее», подтвердили такую информацию по отношению к маме (или жене) 7,2% респондентов. Интересно отметить, что наивысший показатель изменений в поведении папы в семье зафиксировано у респондентов-студентов Киевского национального университета имени Тараса Шевченко (25,6%), что обозначает: в каждой четвёртой семье отец (или муж) до освещения в медиа трагических событий в Украине был спокойнее. Тревожным фактом мы считаем тенденцию, зафиксированную в ответах респондентов-студентов Киевского национального университета культуры и искусств: студенты упомянутого университета в 20% случаев указали, что их мамы (жены) спокойнее воспринимали информацию, представленную в масс-медиа до периода 2013–2015 годов. Для сравнения: в Запорожье 5,9% пап (мужей) респондентов были спокойными до упомянутого периода, в Тернополе – 9,7%, в Виннице – 9,8%. Таким образом, мы можем констатировать, что освещение в масс-медиа трагических событий 2013–2015 годов повлияли на «идеологию» (систему взглядов и идей, мировоззрение) украинской семьи.

Во время освещения в масс-медиа событий 2013–2015 годов трансформации в идеологии украинских семей имели различные результаты: от ещё большего сплочения во мнениях до большего разобщения. Данные, полученные нами в опросе, свидетельствуют о том, что по всей Украине 42,2% семей были сплочены, 29,8% сплотились под влиянием трагической информации от масс-медиа и в 19,4% случаях респонденты не смогли определиться с ответом. Следует отметить, что информация, предлагаемая масс-медиа в обсуждаемый период, серьёзно, по мнению респондентов, повлияла на степень сплоченности украинских семей, о чём свидетельствуют показатели: 47,4% – Львов (опрошенные – студенты Украинского католического университета), 39% – Винница, 38,7% – Тернополь, 33,3% –

Киев (опрошеные – студенты Киевского национального университета имени Тараса Шевченко). Следовательно, у нас есть право утверждать, что освещенные в масс-медиа трагические события в период от ноября 2013 года до ноября 2015 года оказали ощутимое влияние на степень сплоченности украинских семей.

Известно, что трагические события в Украине обсуждаемого периода в некоторой степени в начале были спровоцированы при помощи консультаций, которые получал из России бывший Президент Украины В. Янукович (ноябрь 2013 года – февраль 2014 года). Позднее, в период с 20 февраля 2014 года и по ноябрь 2015 года участие военных сил соседнего государства России стало с каждым днём ощутимее. Со временем и само руководство России признало факт присутствия на Востоке Украине российских вооруженных сил [11]. В Украине давно стало известно, что против неё воюют не только представители оппозиционных сил, но и российские военные. По этой причине отношение украинцев к братскому русскому народу со временем менялось. Для того, чтобы установить степень изменения отношения украинских семей к России, мы предложили респондентам утверждение в следующей форме: «Когда в масс-медиа освещались события 2013–2015 годов, взгляды на Россию в моей семье...» и предложили четыре варианта ответа: 1) изменились в худшую сторону; 2) изменились в лучшую сторону; 3) не изменились; 4) не могу ответить. Анализ предпочтений опрошенных украинцев позволил нам зафиксировать такие тенденции:

- 1) 59,5% респондентов отметили, что их отношение к России изменилось;
- 2) 22,4% опрошенных уверены в том, что их отношение к России не изменилось под влиянием масс-медиа в обсуждаемый период;
- 3) в лучшую сторону отношение к России изменилось у 0,96% участников опроса;

4) в 14,4% случаев респонденты не смогли определиться с ответами.

Таким образом, мы можем констатировать, что большинство опрошенных нами намного ухудшили своё отношение к России, при этом у каждого пятого-четвёртого респондента отношение к соседнему государству-агрессору осталось неизменным. Достаточно тенденциозным следует считать то, что практически каждый шестой из участников анкетирования не смог определиться со своим отношением к стране, из-за которой гибнут украинцы.

Для того чтобы определить степень влияния на членов семьи информации о трагических событиях, подаваемых в масс-медиа в период с ноября 2013 года по ноябрь 2015 года, мы проанализировали ответы респондентов. Нами было установлено, что большинство (61%) опрошенных спокойно воспринимали информацию в новостях. В каждой десятой семье (9%) не обращали внимания на новости. Достаточно высокий (15,5%), на наш взгляд, показатель был зафиксирован в ответе «ссорились из-за содержания новостей», что свидетельствует о прямом влиянии масс-медиа на идеологию (систему взглядов) украинской семьи, проживающей в разных регионах Украины. Интересная, по нашему мнению, тенденция отмечена нами при анализе показателей винницких и тернопольских участников анкетирования: показатель первых равен 25,8%, вторых 26,8% (для сравнения: у респондентов Киевского национального университета культуры и искусств аналогичный показатель равен 20%, у респондентов Киевского национального университета имени Тараса Шевченко – 7,8%; у опрошенных – студентов Запорожского национального технического университета – 17,6%, львовских студентов Украинского католического университета – 10,5%, студентов Львовского национального университета имени Ивана Франко – 17,4%). Сравнение показателей свидетельствует о том, что респонденты двух регионов Украины (Винница и Тернополь) ощутили более интенсивное влияние со стороны масс-

медиа, в которых освещались трагические события 2013–2015 годов. Исходя из упомянутого замечания, мы делаем вывод о том, что идеология тернопольских и винницких семей несколько отличается от системы взглядов, бытующих в киевских, запорожских, львовских семьях.

Вместе с указанным, следует, на наш взгляд, обратить внимание и на тот факт, что в тех же винницких семьях нами зафиксирован показатель 24,4% как количество ответов, свидетельствующих о том, что члены семей не обращали внимания на новости. В ответах преподавателей и служащих Киевского национального университета имени Тараса Шевченко аналогичный вариант ответов на предложенное нами в анкете аналогичное утверждение также отмечен на уровне 25%. Мы объясняем такие высокие (24,4% и 25%), на наш взгляд, показатели высокой степенью поляризации мнений в рамках одной семьи в оценках трагических событий, освещаемых в масс-медиа в период 2013–2015 годов.

Ответы респондентов на предыдущее утверждение анкеты частично подтвердились в выборе варианта ответа на утверждение о наличии/отсутствии конфликтов в семье после подачи в масс-медиа информации о трагических событиях обсуждаемого периода. По всей Украине 76,3% респондентов считают, что их семьи остались неконфликтными под влиянием масс-медиа, в 11,6% случаев отмечается усиление конфликтов в семьях. Близкий (11,5%) к упомянутому (11,6%) показатель зафиксирован в выборе варианта «тяжело ответить», что может свидетельствовать о неготовности опрашиваемых оценивать ситуацию в семье.

Весьма интересными, на наш взгляд, следует считать две тенденции в корреляции показателей результатов выбора ответа на два утверждения о том, как «до» и «после» начала трансляции информации о трагических событиях происходили ссоры (конфликты) в семьях респондентов из Киева, Запорожья,

Винниці и Тернополя. Для наглядности дифференциации выбора ответов на два утверждения мы свели данные в отдельную таблицу 11 (см. далее).

Нами установлено, что из 8 колонок (2–9) в 4-х (50%), а именно, во 2-й (Киев – КНУКиИ), 6-й (Тернополь), 8-й (Львов – ЛНУ им. Ивана Франко) и 9-й (Винница), фиксируется чёткая тенденция на уменьшение количества ссор в семьях из-за просмотра новостей после освещения в масс-медиа

Таблица 1

Сравнительная таблица показателей выбора респондентами вариантов ответов в анкете на вопросы 7 и 8

До того, як в мас-медіа почали інтенсивно подавати інформацію про події на Євромайдані, захоплення Криму, загиблих на Сході України, у нашій родині:	Киев – КНУКиИ	Киев – преподаватели КНУ им. Т. Шевченко	Киев – студенты КНУ им. Т. Шевченко	Запорожье	Тернополь	Львов – Украинский католический университет	Львов – Львовский национальный университет имени И. Франко	Винница	Украина – интернет опрос	УКРАИНА (средние показатели)
1		3							0	1
1) сварилися через зміст новин.	0	0	,8	7,6	5,8	0,5	7,4	6,8	3,9	5,5
Кратность		1 2,5	,9	,1	,6		7,4	,8	,1	,03
Після того, як мас-медіа почали подавати інформацію про події на Євромайдані, Крим, АТО на Сході України, моя родина:		↑	↑	↑						

1) частіше конфліктує.	0	2,5	1	5,4	9,6	,7	0,5		4,6	2,7	1,6
---------------------------	---	-----	---	-----	-----	----	-----	--	-----	-----	-----

трагических событий 2013–2015 годов по сравнению с теми показателями, которые фиксируют наличие ссор в семьях до освещения трагических событий в Украине в указанный период. Например, при сравнении кратности такого уменьшения (в колонке 2 кратность равна 2, в колонке 6 – 2,6, в колонке 9 – 1,8) в ответах студентов соответственно Киевского национального университета культуры и искусств, Тернопольского национального педагогического университета имени В. Гнатюка и Винницкого государственного педагогического университета фиксируется диапазон показателей кратности от 1,8 до 2,6, что подтверждает наше предположение о трансформации системы взглядов членов семей респондентов под влиянием информации о трагических событиях в Украине в период с 2013 года по 2015 год. Уменьшение ссор и конфликтов в семьях в обсуждаемый период мы объясняем следующими факторами:

1) увеличение недоверия к масс-медиа за два года необъявленной войны России против Украины;

2) привыкание к регулярным известиям о смертях, ранениях, взрывах, обстрелах, бомбёжках, предательствах, боях, расстрелах, убийствах, издевательствах, оскорблениях, разрушениях, голоде, холоде в домах, увечиях и ранениях людей;

3) эффектом «притирки» к противоположным позициям в системах взглядов как в своей семье, так и в семьях окружающих соотечественников.

Высокий показатель (17,4) кратности в уменьшении ссор и конфликтов после освещения в масс-медиа трагических событий 2013–2015 годов в Украине в семьях студентов Львовского национального университета имени Ивана Франко мы трактуем как подсознательную демонстрацию жителями западных районов Украины недоверия к масс-медиа и «усталости» от смертей мужчин – кормильцев в семьях, жестоко уничтоженных на фронте в ходе шести волн мобилизации. Объяснением высокого показателя кратности уменьшения ссор и конфликтов до «0» в семьях студентов Львовского национального университета имени Ивана Франко после освещения в масс-медиа трагических событий 2013–2015 годов можно объяснить недоверием к действующей власти. В любом объяснении зафиксированной нами тенденции просматривается существенное влияние масс-медиа на трансформацию идеологии (системы взглядов) семьи в обсуждаемый период.

Не менее существенной, на наш взгляд, тенденцией следует считать и ту, которая зафиксирована нами при сравнении показателей колонок: 3 (ответы преподавателей и служащих Киевского национального университета имени Тараса Шевченко – краткость равна 12,5), 4 (ответы студентов Киевского национального университета имени Тараса Шевченко) и 5 (ответы студентов Украинского католического университета во Львове). Во всех трёх случаях конфликтность в семьях респондентов, по их оценкам, повышалась после освещения в масс-медиа трагических событий 2013–2015 годов. Причём самым

высоким является показатель кратности 12,5 у преподавателей и служащих Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. Можем лишь гипотетически объяснить упомянутый показатель тем, что преподаватели, достаточно терпеливо и с пониманием относящиеся с недоверием к масс-медиа до событий 2013–2015 годов в Украине, после освещения таковых стали более открытыми и нетерпимыми к ужасам, вызываемым трансляцией смертей и убийств людей молодого поколения (по сравнению с возрастом преподавателей).

Общая констатация факта изменений в идеологии (системе взглядов) семьи характерна для ответов респондентов всех регионов Украины. Наш вывод опирается на показатели 60,4% (вариант ответа «кое в чём изменились» взгляды моей семьи во время освещения в масс-медиа трагических событий 2013–2015 годов в Украине) и 14,8% (вариант ответа «изменились» взгляды моей семьи в указанный период). Сумма (75,2%) показателей (60,4% + 14,8%) позволяет констатировать факт подтверждения нашей гипотезы о том, что трансформация «идеологии» украинской семьи произошла под влиянием отраженных в масс-медиа социальных катаклизмов 2013–2015 годов, происходивших в Киеве, в Крыму и на Востоке Украины (на территориях части Донецкой и части Луганской областей).

Однако корреляция описанных показателей имеет ещё одну тенденцию, зафиксированную нами при более внимательном их анализе. Выбор варианта ответа «Не изменилась система взглядов моей семьи во время освещения трагических событий 2013–2015 годов в Украине» позволил зафиксировать самый высокий (34,1%) показатель у студентов Винницкого государственного педагогического университета. Подобная тенденция отмечена при анализе показателей выбора ответа «не изменилась» студентами Киевского национального университета имени Тараса Шевченко (17,9%) и

Тернопольского национального университета имени В. Гнатюка (16,1%). Предполагаем, что высокий показатель отсутствия изменений в идеологии семей Винничины следует трактовать как декларацию достаточной терпимости к политике своего земляка – нынешнего Президента Украины П. Порошенко. Зная бывшего губернатора Винницкой области, её жители были готовы к невыполнению многих предвыборных обещаний будущего президента и, в частности, самого главного обещания – закончить войну с Россией через неделю после выборов. Однако наше объяснение не претендует на категоричность и подлежит дополнительной проверке.

Высокий (31,6%) показатель изменений в идеологии своих семей позволили зафиксировать студенты Украинского католического университета (г. Львов). Мы объясняем такой показатель, во-первых, наличием высоких моральных императивов (в трактовке И. Канта) у студентов упомянутого университета, во-вторых, географическим и политическим местом проживания респондентов в Западной Украине, где традиционно сильными были идеалы Церкви, национальных традиций и понимания образа жизни настоящего украинца, готового приспособливаться к резко меняющимся социально-политическим ситуациям.

К утверждению «Моя семья считает, что масс-медиа в Украине играют роль: ...» вариант ответа «информационного вестника» выбрали 54,6% респондентов по всем регионам Украины. Настораживает, на первый взгляд, показатель выбора варианта ответа «Не могу определиться» (25,6%). Однако анализ показателя (12,3%) выбора варианта ответа «разрушителя покоя в семье» ставит всё на свои места. Таким образом, респонденты декларировали своими ответами факт того, что в Украине в период 2013–2015 годов освещение в масс-медиа трагических событий привело их в некоторое замешательство и не позволило каждому четвёртому из опрошенных чётко определить роль масс-

медиа. О верности нашего вывода свидетельствует и показатель выбора варианта ответа «роль развлекателя для всей семьи» (4%). Следовательно, масс-медиа лишь для половины опрошенных (54,6%) играло роль «информационного вестника», что ещё раз подтвердило наше предположение о влиянии масс-медиа на трансформацию идеологии украинской семьи в обсуждаемый период.

Нами было установлено, что под влиянием освещения в масс-медиа трагических событий в Украине в период с 2013 по 2015 годы идеология (система взглядов) семьи претерпела определённые трансформации:

1) 50,3% респондентов считают, что вхождение в Европейский Союз сделает Украину развитой, хотя 20,6% уверены, что упомянутое событие не изменит страну, а 12,2% пессимистически настроены: они считают, что Украина станет беднее после вхождения в состав ЕС; следует отметить также, что 16,1% не посчитали нужным выбрать ответ из предложенных в анкете, но и свой вариант не предложили;

2) на фоне необъявленной войны России против Украины в обсуждаемый период 48,7% опрошенных отметили, что их семьи уверены в том, что Украина должна вступить в НАТО; лишь 16,5% семей не поддерживают такое мнение и считают, что Украине не нужно вступать в НАТО; примечательно, что 15,4% респондентов «всё равно» будет ли Украина в НАТО или не будет; следует учитывать, что 19,2% опрошенных отказались отвечать;

3) о том, что в СССР было плохо жить, уверены 38,4% опрошенных представителей украинских семей, к тому же, 28,7% уверены в том, что при Советском Союзе «иногда было плохо» (таким образом, мы зафиксировали показатель 67,1% респондентов, представителей семей, в идеологии которых отражено негативное отношение к прошлой жизни в СССР); следует также отметить, что для 11,3% опрошенных представителей украинских семей жизнь

в СССР была положительно оценена; 18,6% респондентов – членов украинских семей – отказались выбирать вариант ответа на наше утверждение о качестве жизни при Советском Союзе;

4) 78,5% респондентов, которые представляли идеологию современной украинской семьи в период освещения в масс-медиа трагических событий 2013–2015 годов, сошлись во мнении о том, что в Украине сегодня (на период анкетирования с 4 по 22 ноября 2015 года) «беспорядок» (65,2%) или «иногда беспорядок» (13,2%); лишь 4,3% остались уверенны в том, что в стране сегодня «порядок»; не выразили своего мнения по упомянутому утверждению 16% опрошенных;

5) в украинских семьях опрошенных респондентов в систему взглядов внесены и суждения о современных политиках: 67,9% опрошенных указали на то, что все политики нечестные; 20,6% считают, что политики «иногда нечестные», 14,7% отказались выбирать вариант ответа на предложенное нами утверждение о честности политиков;

6) 69,8% опрошенных представителей современных украинских семей считают, что Украине нужны реформы, «кое-что нужно реформировать» считают 13,6% респондентов; 0,9% высказались за то, что реформы в стране не нужны; отказались отвечать 15,3% опрошенных репрезентантов украинских современных семей;

7) в систему взглядов современных украинских семей входит утверждение о том, что семья становится крепкой, если в ней есть дети (77,5%), но 3,8% придерживаются противоположного мнения; 16,9% опрошенных отказались отвечать;

8) нашим респондентам было предложено выбрать из шести позиций (любовь, дети, здоровье, заработка, квартира, автомобиль) несколько важных для их семей; результаты анализа выбора показали, что для 26,8% важным

оказалось здоровья, для 24,9% – любовь; для 16,2% – дети; заработки считаются важными для 8,2% опрошенных, в 3,1% отмечается приоритет наличия квартиры в семье и в 2% – автомобиля; при перечисленных показателях 15,3% отказались выбрать вариант утверждения;

9) на момент опроса 63,1% представителей современных украинских семей считали свою семью дружной; 22,1% – такой семьей, которая изменилась и относится по-новому к миру после освещения трагических событий в Украине в период с 2013 по 2015 годы; к сожалению, в 1,7% случаев респонденты отметили, что в их семьях на момент опроса был разлад; 9,8% опрошенных представителей семей отказались отвечать.

4. Выводы

В начале исследования мы выдвинули гипотезу о том, что трансформация идеологии (системы взглядов) украинской семьи произошла под влиянием отраженных в масс-медиа социальных катаклизмов 2013–2015 годов, происходивших в Киеве, в Крыму на Востоке Украины (на территориях части Донецкой и части Луганской областей).

Наша гипотеза была подтверждена.

Целью нашего исследования стало выявление и описание трансформации идеологии (системы взглядов и идей, мировоззрения) украинской семьи под влиянием освещённых в масс-медиа социальных катаклизмов с 29 ноября 2013 года по 31 декабря 2015 года в Украине (в Киеве, Крыму и части Луганской и Донецкой областей).

Поставленная цель была достигнута полностью.

1. В частности, мы доказали, что трагические события в Украине, освещаемые в период с 2013 по 2015 годы в масс-медиа, оказали влияние на идеологию (систему взглядов) украинских семьи.

2. Упомянутое влияние зафиксировано по восьми таким критериям:

1) по критерию «Обсуждается/не обсуждается в семье то, что освещается в масс-медиа» установлено, что большинство семей обговаривают события, а в каждой пятой семье такое обсуждение «горячо» и в каждой 12-й семье такое обсуждение доходит до ссоры;

2) по критерию «Ссорились/не ссорились члены семьи до освещения в масс-медиа трагических событий 2013-2015 годов в Украине» было зафиксировано подавляющее большинство семей, которые жили спокойно и не ссорились по поводу новостей в масс-медиа;

3) по критерию «Сплоченная/несплоченная была семья во взглядах на Родину во время освещения в масс-медиа трагических событий обсуждаемого периода в Украине» мы получили данные, свидетельствующие о том, что треть современных украинских семей сплотилась, около половины опрошенных декларировали, что сплоченность в их семьях была и до трагических событий;

4) по критерию «Изменилось/не изменилось отношение семьи к России как к стране-агрессору» была зафиксирована большая часть таких семей, в которых изменения произошли в худшую сторону, а в каждой пятой семье отношение к России не изменилось в обсуждаемый период;

5) по критерию «Конфликтной/неконфликтной была семья до/после начала освещения в масс-медиа трагических событий 2013-2015 годов в Украине» нами было установлено, что освещение в масс-медиа обсуждаемых трагических событий в упомянутый период времени привело к увеличению количества семей, в которых их члены спокойно воспринимали информацию и не конфликтовали; что доказывается показателями уменьшения ссор и конфликтов в семьях;

б) по критерию «Изменилась/не изменилась идеология (система взглядов) семьи в ходе освещения в масс-медиа трагических событий упомянутого

періода в Україні» було встановлено, що в 3/4 випадків сучасні українські сім'ї «змінити» або «кількома речами змінили» свою ідеологію;

7) за критерієм «Роль мас-медіа в Україні» половина учасників опитування показала, що мас-медіа виконують роль «інформаційного вестника», а кожна восьма сучасна українська сім'я вважає мас-медіа «руйнівним фактором в сім'ї»; при цьому практично кожна четверта сім'я «не може визначити» роль мас-медіа в зазначений період висвітлення трагічних подій в Україні;

8) за критерієм «Ідеологія (як система поглядів) сучасної української сім'ї змінилася/не змінилася під впливом висвітлення в мас-медіа трагічних подій 2013–2015 років в Україні» відповіді респондентів були зведені до таких груп домінування, що свідчать про трансформацію системи поглядів сімей:

а) половина респондентів вважає, що вступ до Європейського Союзу Україну «зробить розвинутою» країною;

б) менше половини (48%) українських сімей вважає, що Україні слід вступити до НАТО;

в) більше двох третей (67%) українських сімей впевнені в тому, що в СРСР було «погано» або «іноді погано» жити;

г) переважна більшість (88%) опитаних вважає політиків «нечесними» або «іноді нечесними»;

д) 83% представників сучасних українських сімей впевнені в тому, що реформи в Україні «необов'язкові» або «кількома речами потрібно реформувати»;

е) більшість (77%) сімей впевнені в тому, що сім'я міцна, коли в ній є діти;

ж) в сучасних українських сім'ях головними вважаються здоров'я (26%), любов (24%) і діти (16%).

3. Среди опрошенных дружных семей, по их собственным оценкам, 63%. Трансформация идеологии семей отразилась в выборе ответа «моя семья по-новому относится к миру» (22%).

Таким образом, нами было доказано, что украинские масс-медиа, освещающая трагические события в Украине, произошедшие в период от 30 ноября 2013 года по 23 ноября 2015 года, трансформировали идеологию (систему взглядов) современной украинской семьи.

Перспективы исследования

В продолжение исследования мы планируем установить степень изменений в худшую сторону (инмутация) и в лучшую сторону (мутация) идеологии современной украинской семьи после окончания необъявленной войны России против Украины.

5. Благодарности

Исследование, результаты которого мы представили, не состоялось бы, если бы не активная практическая помощь моей супруги кандидата филологических наук, доцента **Анны Холод** из Киевского национального университета культуры и искусств (г. Киев).

Наше исследование стало возможным также при горячей поддержке коллег: доктора социологических наук и доктора филологических наук, профессора **Елены Горошко** из Национального технического университета «Харьковский политехнический институт» (г. Харьков); кандидата социологических и доктора филологических наук, профессора **Юрия Финклера** из Международного экономико-гуманитарного университета имени академика Степана Демьянчука (г. Ровно); доктора наук по социальным коммуникациям, профессора **Нины Зражевской** из Украинского католического университета (г. Львов); доктора наук по социальным коммуникациям,

профессора **Леси Городенко** из Киевского национального университета имени Тараса Шевченко (г. Киев).

Мы выражаем огромную благодарность своим коллегам по изучению социальных коммуникаций: кандидату филологических наук, доценту **Майе Нагорняк** из Киевского национального университета имени Тараса Шевченко (г. Киев); кандидату наук по социальным коммуникациям, доценту **Наталье Фурманкевич** из Тернопольского национального педагогического университета имени В. Гнатюка (г. Тернополь); кандидату филологических наук, доценту **Виталию Гандзюку** из Винницкого государственного педагогического университета (г. Винница); кандидату наук по социальным коммуникациям **Наталье Островской** из Запорожского национального технического университета (г. Запорожье).

Список литературы

1. Хроника Евромайдана. 30 ноября – 5 декабря [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lb.ua/news/2013/11/30/243433_razgon_evromaydana_hronika.html (дата обращения: 19.12.2015).
2. Кто стрелял на Майдане? Откровения снайпера и тайна винтовки с оптическим прицелом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ukraina.ru/whitebook_evidence/20150218/1012132067.html (дата обращения: 21.10.2016).
3. Очевидное, грубое и неисправленное нарушение хельсинкских принципов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://uk.wikipedia.org/wiki/Російська_інтервенція_до_Криму_2014 (дата обращения: 21.10.2016).

4. Війна на Сході України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: https://uk.wikipedia.org/wiki/Війна_на_сході_України (дата обращения: 26.10.2016).
5. Минобороны сообщило подробности столкновений возле Волновахи и Рубежного [Электронный ресурс] // Корреспондент.net, 22 мая 2014, 11:31. – Режим доступа: <http://korrespondent.net/ukraine/politics/3366863-mynoborony-soobschylo-podrobnosty-stolknoveni-vozle-volnovakhy-y-rubezhnoho> (дата обращения: 21.10.2016).
6. Запад опасается поражения ополченцев на юго-востоке Украины [Электронный ресурс] // Независимая газета. – 5 августа 2014. – Режим доступа: http://www.ng.ru/cis/2014-08-05/100_obzor050814.html (дата обращения: 26.10.2016).
7. Противостояние в Славянске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Противостояние_в_Славянске (дата обращения: 19.12.2015). – Название с экрана.
8. Коц А., Стешин Д. Артобстрел остановки транспорта «Донецкгормаш» в Донецке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Артобстрел_остановки_транспорта_«Донецкгормаш»_в_Донецке (дата обращения: 21.10.2016).
9. Треть украинцев считают майдан «государственным переворотом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ukraina.ru/news/20141120/1011219031-print.html> (дата обращения: 19.12.2015). – Название с экрана.
10. Украинские социологи игнорируют мнение солдатских матерей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ukraina.ru/news/20140804/1010061561-print.html> (дата обращения: 19.12.2015).
11. Порошенко: Путин публично признал присутствие войск РФ в Донбассе [Электронный ресурс] // Лига. Новости. – 17 декабря – 16.52. – Режим

доступа: http://news.liga.net/news/politics/7877115-poroshenko_putin_publichno_priznal_prisutstvie_voysk_rf_v_donbasse.htm (дата обращения: 19.12.2015). – Название с экрана.

References

1. Lb.ua/news (2015), «Khronika Yevromaydana. 30 noyabrya – 5 dekabrya», available at: http://lb.ua/news/2013/11/30/243433_razgon_evromaydana_hronika.html (accessed 22 October 2016).
2. Ukraina.ru (2016), «Kto strelyal na Maydane? Otkroveniya snaypera i tayna vintovki s opticheskim pritselom», available at: http://ukraina.ru/whitebook_evidence/20150218/1012132067.html / http://ukraina.ru/whitebook_evidence/20150218/1012132067.html / (accessed 21 October 2016).
3. Uk.wikipedia.org (2016), «Ochevidnoye, gruboye i neispravlennoye narusheniye khel'sinkskikh printsipov», available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Російська_інтервенція_до_Криму_2014 (accessed 26 October 2016).
4. Uk.wikipedia.org (2016), «Viyna na Skhodi Ukrayiny», available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Війна_на_сході_України (accessed 26 October 2016).
5. *Korrespondent.net* (2014), «Minoborony soobshchilo podrobnosti stolknoveniy vozle Volnovakhi i Rubezhnogo», available at: <http://korrespondent.net/ukraine/politics/3366863-mynoborony-soobschylo-podrobnosty-stolknoveniy-vozhle-volnovakhy-y-rubezhnoho> (accessed 26 October 2016).

6. *Nezavisimaya gazeta* (2014), «Zapad opasayetsya porazheniya opolchentsev na yugo-vostoke Ukrainy», available at: http://www.ng.ru/cis/2014-08-05/100_obzor050814.html (accessed 26 October 2016).
7. Ru.wikipedia.org (2015), «Protivostoyaniye v Slavyanske», available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/Противостояние_в_Славянске (accessed 26 October 2016).
8. Kots I., Steshin D. (2016), «Ukrainskaya artilleriya spetsial'no obstrelyala lyudey, vyyezzhayushchikh na rabotu», available at: <http://m.kp.ru/daily/26329.4/3215157/> (accessed 21 October 2016).
9. Ukraina.ru (2015), «Tret' ukrainsev schitayut maydan «gosudarstvennym perevorotom»», available at: <http://ukraina.ru/news/20141120/1011219031-print.html> (accessed 26 October 2016).
10. Ukraina.ru/news (2015), «Ukrainskiye sotsiologi ignoriruyut mneniye soldatskikh materey», available at: <http://ukraina.ru/news/20140804/1010061561-print.html> (accessed 22 October 2016).
11. *Liga. Novosti* (2015), «Poroshenko: Putin publichno priznal prisutstviye voysk RF v Donbasse», available at: http://news.liga.net/news/politics/7877115-poroshenko_putin_publichno_priznal_prisutstvie_voysk_rf_v_donbasse.htm (accessed 26 October 2016).

РОЗДІЛ 3.3.

ІНМУТАЦІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ
ТА ФАХОВА ІНМУТАЦІЯ ЖУРНАЛІСТІВ²

Термін «інмутація суспільства», введений нами в науковий обіг 2006 року³, характеризує наш концептуальний підхід до вивчення складних процесів у суспільстві. Поняття інмутації пов'язане з теорією інмутації суспільства, яка є частиною метатеорії маніпуляції, розробленою нами впродовж 2010 року – 2014 року.

Інмутацією (від лат. *inductum* – внесення, від лат. *negō* – заперечую, від лат. *mutation* – зміни = *i* + *n* + *mutation* = «внесення негативних змін») ми називаємо зміну моделей поведінки суспільства на гірше. Інмутацію слід розглядати на рівні мутації та абмутації, які пов'язані між собою, оскільки є одним цілим. Якщо інмутація – це негативний процес, то мутація (від лат. *mutation* – зміни) – зміна моделей поведінки суспільства на краще. Абмутацію (від лат. *absent* – відсутність + *mutation* – зміни = відсутність змін) ми розглядаємо як відсутність будь-яких змін моделей поведінки суспільства. Слід зазначити, що без ідентифікації мутації неможливе розпізнавання інмутації та абмутації. Так само і щодо мутації, ідентифікація якої неможлива без інмутації і абмутації. Ознаки абмутації відповідно визначаються завдяки порівнянню з ознаками інмутації та мутації. Ілюстрацією наших тез є такий приклад. Зміни, внесені у суспільство у процесі революції, скасовують старий політичний режим і встановлюють новий. Старим режимом згадані зміни ідентифікуються

² Текст доповіді в Будинку вчених м. Києва 28 січня 2016 року на Науковому семінарі «Проблеми розвитку розуму і взаємодії розумних систем та їх підсистем» (керівник семінару – Ірма Крейн, канд. філос. н., ст. наук. співробітник Міжнародного науково-навчального Центру інформаційних технологій та систем НАН України).

³ – Термін «інмутація» запропоновано нами 2006 року в статті «Інмутація та маніпуляція у засобах масової інформації (співвіднесення семантики термінів)» у монографії «Інмутація у масмедіа» (2006). – С. 5–11.

як такі, що тягнуть негатив (це і є інмутація), для політичної сили, яка приходить до влади завдяки революції, зміни у моделях поведінки суспільства є позитивними (мутація). Якщо революційні зміни відбуваються лише у містах, мешканці сіл не відчують соціальні зміни (ані інмутації, ані мутації) і продовжують перебувати в пасивному стані: їхні моделі поведінки не змінюються (такий стан ми називаємо «абмутація»).

Основними положеннями теорії інмутації суспільства, запропонованої О. Холодом, є такі:

1) існують три етапи інмутації суспільства як три ключових моменти зміни моделей поведінки на гірше: розбалансування, руйнування, знищення;

2) кожний з етапів інмутації суспільства має ключові ознаки, до яких ми відносимо: у періоді розбалансування – внесення таких змін на гірше, які псуєть систему не повною мірою і дозволяють суспільній системі продовжувати функціонувати, але з певними збоями і порушеннями звичних функцій; у періоді руйнування відбувається «збій» суспільної системи і псування її до ступеню неможливості продовження функцій, які забезпечують існування суспільства; у періоді знищення можна спостерігати припинення фізичного існування суспільної системи;

3) ознаки негативних змін у суспільстві на кожному з перелічених етапів інмутації підлягають аналізу з позиції теорії епістемі М. Фуко: кожний етап інмутації повинний аналізуватися з урахуванням специфіки системи знань певної історичної епохи, яка змінюється із часом і відповідно тягне за собою зміни аксіологічної (ціннісної) системи суспільства та індивіда зокрема; наприклад, оцінка сучасним дослідником соціально-політичних змін в українському суспільстві, які стимулювалися у 1554 році рішенням гетьмана Б. Хмельницького про об'єднання України і Росії, не може бути об'єктивною,

якщо здійснюватиметься з урахуванням сучасних стосунків між двома сусідніми державами, напружених агресивними діями Росії;

4) останній пункт передбачає два аспекти аналізу епістем: перший аспект: епістема може бути соціумною (система знань певної епохи, яка притаманна всьому суспільству); другий аспект: епістема може бути індивідною (система знань певної історичної епохи, яка притаманна лише окремим індивідам);

5) у різні історичні епохи функціонують різні системи знань, різні системи оцінок, які мотивують інмутацію з позицій ефектів відтяжки і рекурсії (терміни Д. Борисенка);

6) суть, у нашому тлумаченні, прояву ефекту відтяжки впродовж трьох етапів інмутації, полягає в тому, що трансформація, руйнування і знищення відбуваються не миттєво, не одразу, а з відтягуванням у часі: реакція суспільства на зміни відбувається поволі, а можливо, і взагалі через деякий час;

7) суть ефекту рекурсії, у нашому баченні, полягає в тому, що розрахунок сили впливу, який тягне певні негативні зміни, слід здійснювати від того показнику, який на даний момент аналізу є фіксованим; будь-які інмутаційні зміни слід вимірювати, починаючи з нуля як точки відліку у кожний певний період, час розвитку/занепаду, оскільки абсолютний нуль має властивість пересуватися разом із системою координат – системою знань певної історичної епохи.

У теорії інмутації суспільства (далі скорочено – ТІС), існують основні положення і критерії, які дотичні до вивчення телевізійних та відеокomuнікаційних технологій революційного фашизму.

1. У ТІС є положення про «три етапи інмутації суспільства як три ключових моменти зміни моделей поведінки на гірше: розбалансування, руйнування, знищення». Вважаємо цитоване положення таким, що відповідає аналізу журналістських матеріалів, які застосовуються у телевізійних новинних

програмах, де застосовуються відеокomuнікаційні технології. Також згадані технології фіксуються у сюжетах, розміщених у соціальних мережах «YouTube», «ВКонтакте» та «Фейсбук», у яких відбито відверті дії «коларадів ДНР і ЛНР» та «українських гвардійців Авакова» під час проведення антитерористичної операції на Сході України влітку 2014 року.

2. Згідно з положеннями ТІС, інмутація відбувається в три періоди. На першому періоді *розбалансування* вносяться такі зміни на гірше, які «псувають систему не повною мірою і дозволяють суспільній системі продовжувати функціонувати, але з певними збоями і порушеннями звичних функцій». Наприклад, трансляція на всіх телевізійних каналах у новинних передачах сюжетів про те, що українських гвардійців постійно обстрілюють із «Градів» (систем залпового вогню), а гвардійці не мають такої техніки і, отже, не мають можливості достойно відповісти бойовикам із ЛНР та ДНР, не додають хоробрості і відваги тим, кого призивають до лав захисників України у три хвили мобілізації. Здорові чоловіки призовного віку, переглядаючи такі сюжети в новинах і відео у соціальних мережах «YouTube», «ВКонтакте» та «Фейсбук», не рвуться масово до військоматів, аби подати свою заяву стати добровольцем і поїхати на східний фронт у якості «гарматного м'яса». Відбувається розбалансування як перший етап інмутації суспільства: суспільна система псується, хоча і не повною мірою. Збої у початковій стадії псування суспільства фіксуються такими вчинками: відмова розписуватися за отримання повідомлення про демобілізацію та прагнення уникнути будь-якою ціною виконання свого конституційного зобов'язання перед країною. Суспільна система під впливом телевізійних комунікаційних технологій та відеокomuнікаційних технологій у соціальних мережах продовжує функціонувати, але демонструє ознаки розбалансування.

3. На другому етапі інмутації суспільства – *руйнації* – «відбувається «збій» суспільної системи і псування її до ступеню неможливості продовження функцій, які забезпечують існування суспільства». Наприклад, телесюжети та відео в соціальних мережах, які розповідають про відсутність в українських військових елементарних побутових (їжі, води, даху над головою, мила) та спеціальних військових речей (бронежилетів, тепловізорів, патронів, важкої артилерії, мінометів, танків, бойових машин десанту (БМД), бойових машин піхоти (БМП)), ведуть до «збою» суспільної системи, до її псування, оскільки виникає неможливість продовження нормальних функцій суспільства.

4. Нарешті на третьому етапі інмутації суспільства – *знищенні* – «спостерігається припинення фізичного існування суспільної системи». Прикладом, що ілюструє результати третього етапу інмутації суспільства є примусове увімкнення російських телевізійних каналів як результат вимкнення трансляції українських телевізійних каналів на території, що була під контролем так званих ЛНР та ДНР влітку 2014 року. Знищення, або припинення фізичного існування суспільної системи фіксувалося у тому, що як українські міста і села, захоплені бойовиками, які підтримувалися Росією, переставали бути українськими. Населення таких окупованих територій як українська суспільна система перестало існувати і трансформувалося в російську суспільну систему.

5. Положення ТІС передбачають аналіз інмутації (негативних змін у суспільстві) з урахуванням теорії епістемі М. Фуко [Фуко 1994], згідно з якою «кожний етап інмутації повинний аналізуватися з урахуванням специфіки системи знань певної історичної епохи, яка змінюється із часом і відповідно тягне за собою зміни аксіологічної (ціннісної) системи суспільства та індивіда зокрема». Прикладом відповідності положень ТІС і теорії епістем М. Фуко аналізу предмету нашого дослідження – телевізійним і відеокommunікаційним

технологіям інмутації – вважаємо трансляцію смерті та фізичних уражень людей під час репортажів з передової лінії східного фронту в Україні влітку 2014 року. На початку літа, і червні, телеглядачі кожну смерть українського вояки сприймали як трагедію і вихід за межі розумного. Через два місяці літа, у серпні 2014 року, коли кожного дня з екранів телевізорів глядачі спостерігають відеосюжети про поховання молодих солдатів і офіцерів української армії, міліціонерів, добровольців, гвардійців Авакова (чи то ополченців самопроголошених ЛНР, ДНР), трагедії не виникає як такої. Телеглядач звикнув до смертей, похоронів, вояків, що плачуть біля трун загиблих побратимів, дружин, що галасують, матерів, які непритомніють біля могил своїх дітей. Інмутація (зміна на гірше моделей поведінки суспільства) відбулася завдяки телебаченню та інтернет засобам.

Одне з головних положень ТІС стосується ефекту рекурсії, суть якого полягає у тому, що під час аналізу ступеню інмутації слід звертати увагу на те, що точка вимірювання повинна змінюватися разом з епохою, разом із системою знань такої історичної епохи. Наприклад, демонстрація кадрів про вбивство на війні за незалежність держави не повинно прирівнюватися до демонстрації кадрів вбивства під час святкування річниці незалежності країни. Повинна «спрацьовувати» журналістська етика. Під час війни актуальними є одні правила – закон воєнного часу, під час миру – закон мирного часу. Хоча інмутація журналістів (взагалі, працівників масмедіа) під впливом війни більше виправдана, ніж інмутація їхньої поведінки у мирний час, коли масмедійники демонструють наслідки вбивства людей заради набуття авторитету серед колег-журналістів. У будь-якому випадку, вбивство залишається вбивством як факт інмутації перш за все індивідуальної (див. положення ТІС про соціумну й індивідуальні форми інмутації). І у будь-якому випадку демонстрація працівником масмедіа кадрів вбивства залишається фактом злочину. Прикладом такого злочину є

історія з Андрієм Стеніним – російським фотокореспондентом Російського інформаційного агентства (РІА), який став «інструментом російської пропаганди війни». За повідомленням автора живого журналу (ЖЖ) на ім'я «67viktor», яке було зроблене 9.08.2014 о 15.53, «Андрій Стенін особисто зробив фотозйомку допиту і катувань українських солдат, взятих в полон в Шахтарську. Таким чином, Стенін став співучасником військового злочину...» [2]. У фоторозслідуванні доводиться вина А. Стеніна шляхом демонстрації фотографій, які зробив кореспондент до смерті українського солдата і після його смерті. На сайті є багато інших фотографій, які є доказом співучасті Стеніна у військових злочинах на Сході України у липні 2014 року. «Андрій Стенін, – повідомляє «67viktor», – також зробив фотосесію з терористами, які ховалася в житлових будівлях і вели звідти вогонь із вогнепальної зброї. Очевидно в той час, як одні терористи вели вогонь по українським солдатам (а можливо, і за місцевими жителям), Стенін вів невимушену бесіду з рештою незайнятими вбивствами терористами» [2]. Підсумком фоторозслідування є жорсткі слова «67viktor»: «Мова йде не просто про фіксацію вбивства, йдеться про фактичну співучасть у тортурах і знущаннях над військовополоненими. А це вже злочин» [2]. Оцінка дій фотокореспондента А. Стеніна була дана й іншими масмедіа: «Він (Стенін) заарештований нашими службами безпеки. Ця людина була присутня при тортурах і вбивствах у Шахтарську. Весь світ обурили фотографії, де він знімає спочатку живого зраненого солдата, а на наступній фотографії солдат вже убитий. Ми вважаємо, що Андрій Стенін може бути причетний до пособництва терористам», – цитує радника очільника МВС України Антона Геращенко РІА «Новости» [11]. Отже, вина журналіста-фотокореспондента А. Стеніна констатується декількома інстанціями, що доводить нашу точку зору щодо інмутації суспільства через телевізійні та відеоконунікаційні технології в соціальних мережах. Спираючись на наведені

ілюстрації теорії інмутації суспільства, ми констатуємо факт вибіркового (не суцільного) прояву революційного фашизму у діях як ополченців ЛНР та ДНР («колорадів»), так і з боку гвардійців Авакова («укропів»).

Спробуємо графічно (див. рис. 2) зобразити нашу теоретичну позицію щодо спіралевидного уявлення про розвиток природи, суспільства в ньому та законів метамоделі маніпуляції суспільства (закони мутації, абмутації та інмутації).

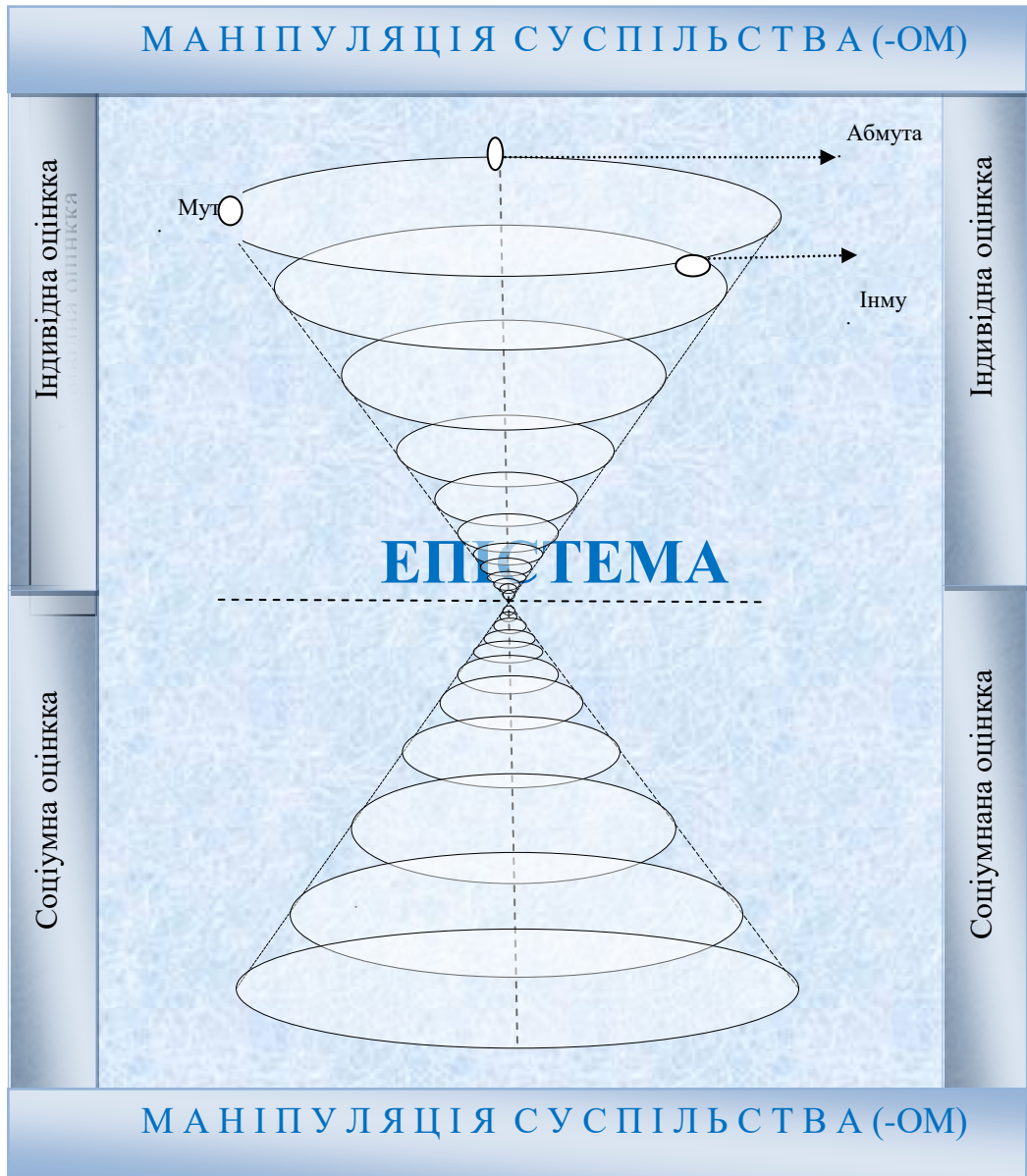


Рис. 2 Метамоделі маніпуляції суспільства (-ом)
(трансформація здійснена: О. Холод і К. Калітовська, 2013 рік)

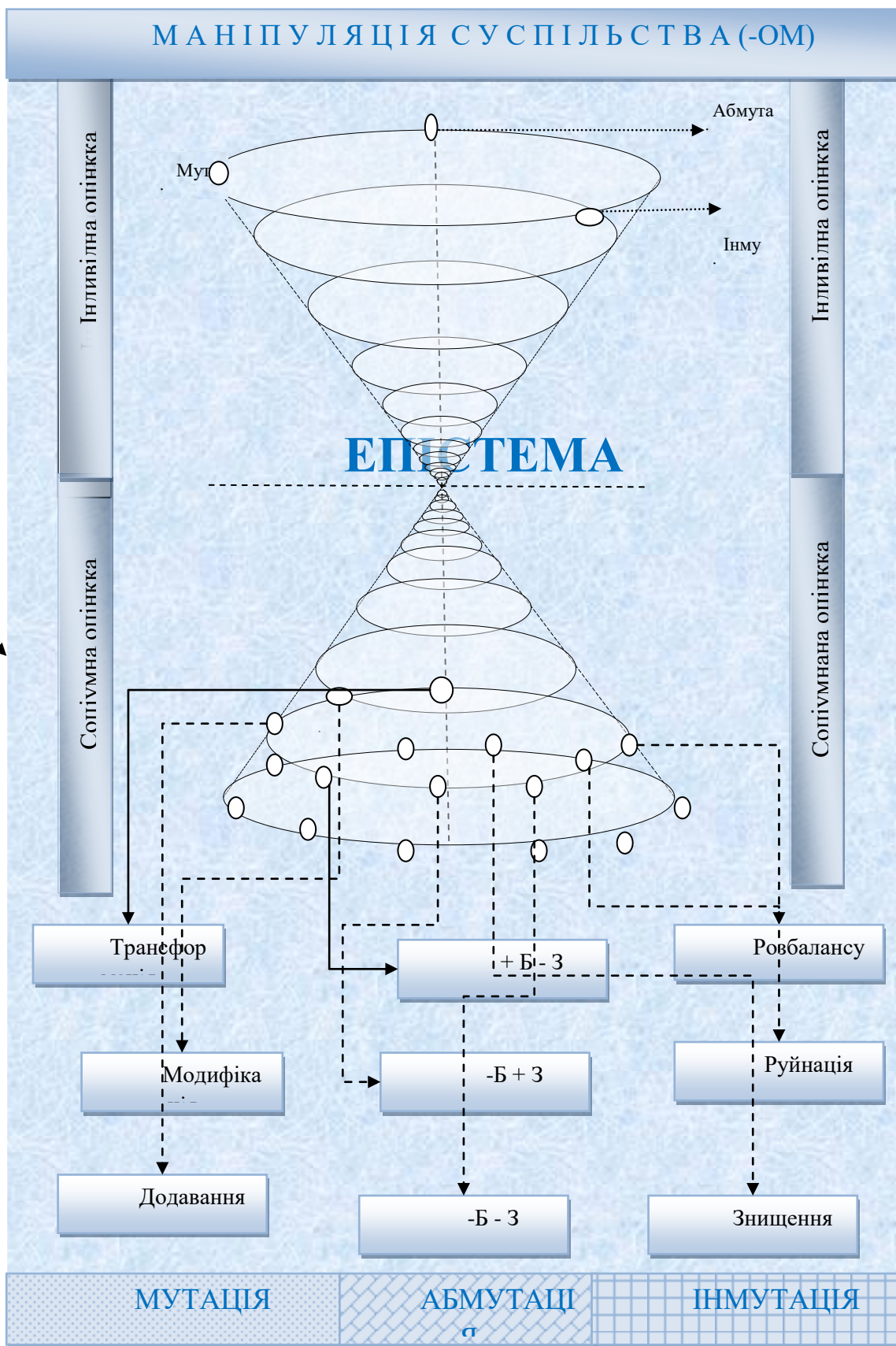


Рис. 3 Метамоделі маніпуляції суспільства (-ом) з диференціацією на процеси мутації, абмутації та інмутації

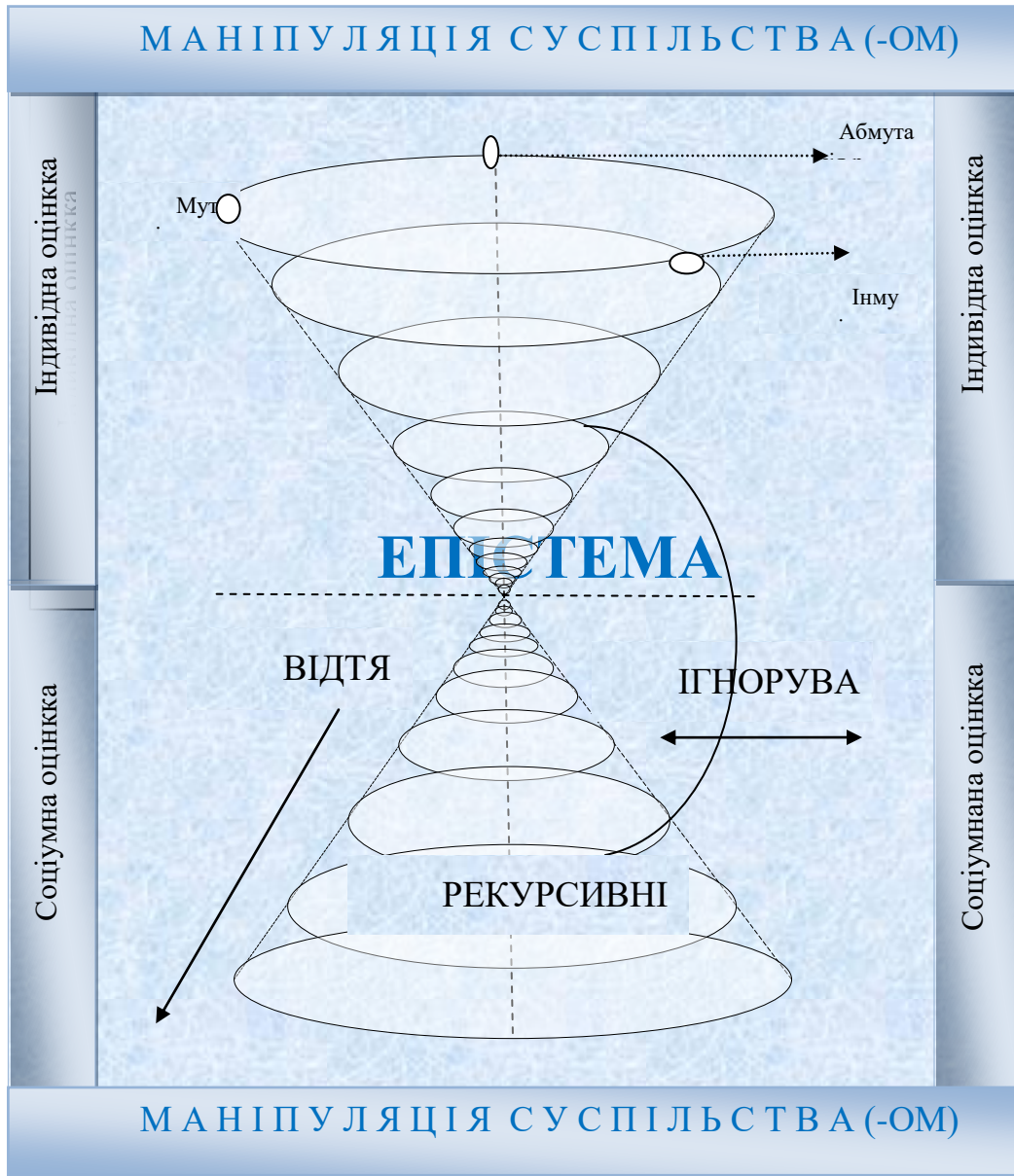


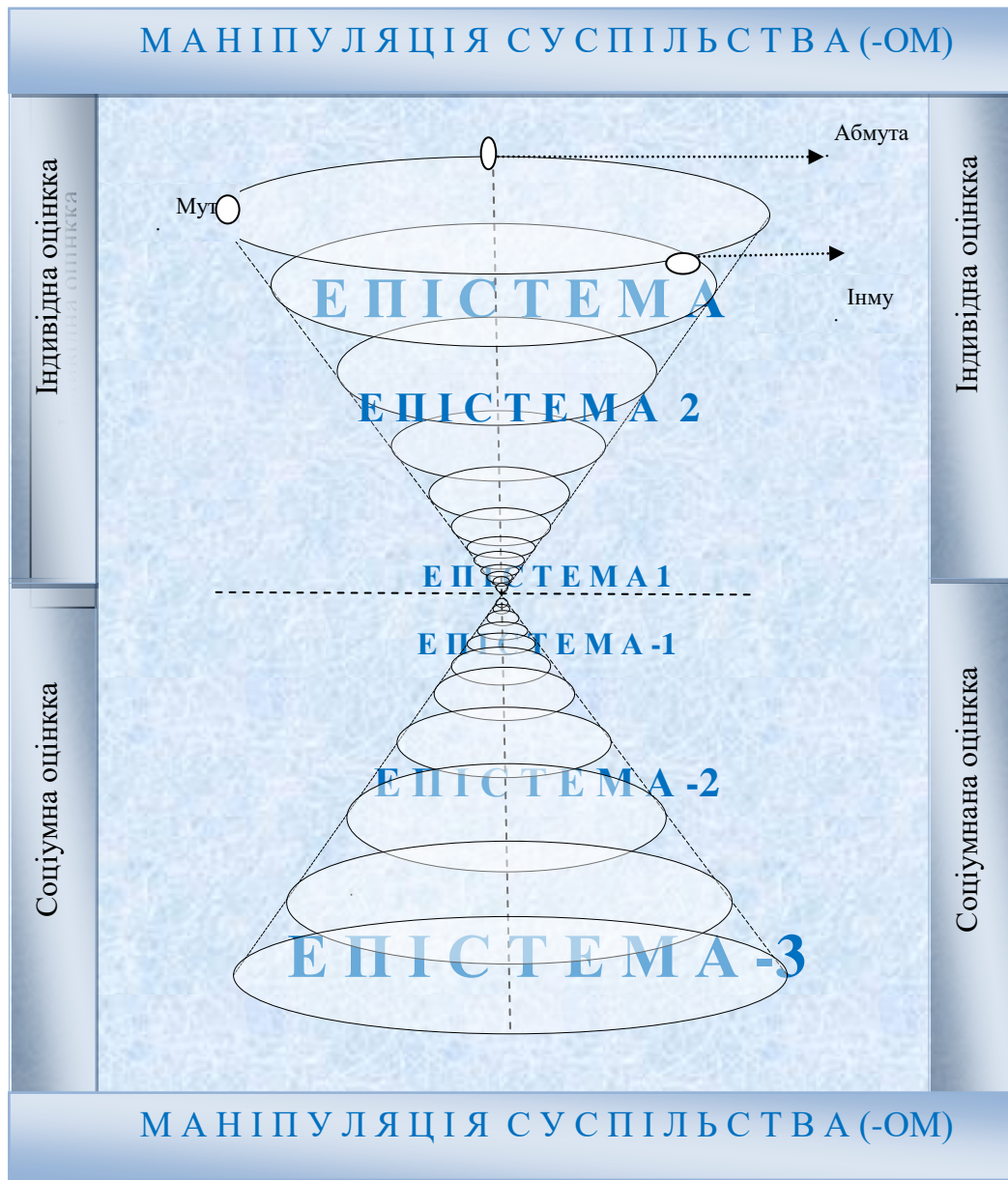
Рис. 4 Метамоделі маніпуляції суспільства (-ом) із врахуванням процесів відтяжки, ігнорування та рекурсивності (за: Борисенко Д.О., 2011)

Примітки:

Відтяжка – «той період часу, у який суб'єкт не змінює своєї моделі поведінки, після усвідомлення впливу» [Борисенко];

Ігнорування – індивід свідомо відмовляється змінювати власну поведінку внаслідок розуміння впливу, який здійснюється щодо нього;

Рекурсія – «рекурсивність теорії інмутації суспільства О. М. Холода полягає в тому, що зміна моделі поведінки після переходу до нової поведінки буде новою мутацією або інмутацією, так як перехід до нової моделі поведінки буде сприйматися відносно нової моделі поведінки, тобто змінюватиметься 0 дослідження і сприйняття» [Борисенко].



ЕПІСТЕМА 2

Рис. 5 Метамоделі маніпуляції суспільства (-ом) із вказуванням необхідності враховування епістем кожної культурно-історичної та економіко-політичної епохи

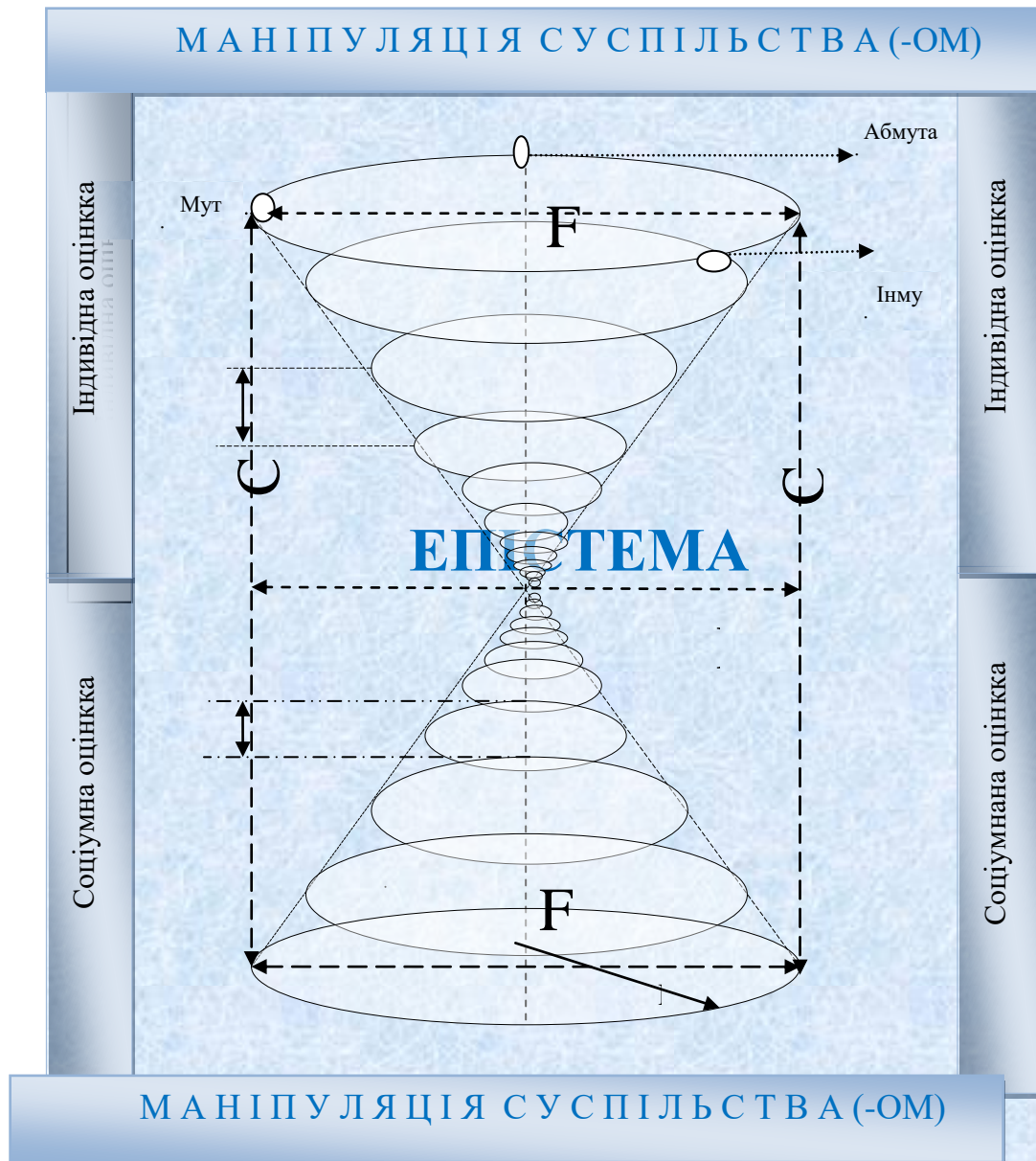


Рис. 6 Метамоделі маніпуляції суспільства (-ом) із вказуванням 4-х проблемних місць у пошуку одиниці і процедури вимірювання

Примітки:

A – відстань між точками перетину кіл спіралі;

B – відстань між точками апогею (найвищого розквіту певної епохи);

C₁, C₂ – відстань між початком і кінцем мутаційних та інмутаційних процесів у суспільстві;

D – діапазон знань певної епістеми (під час розрахунків приймається за 100 % для певної епохи);

F_m – діапазон мутаційних змін з урахуванням епістемних показників;

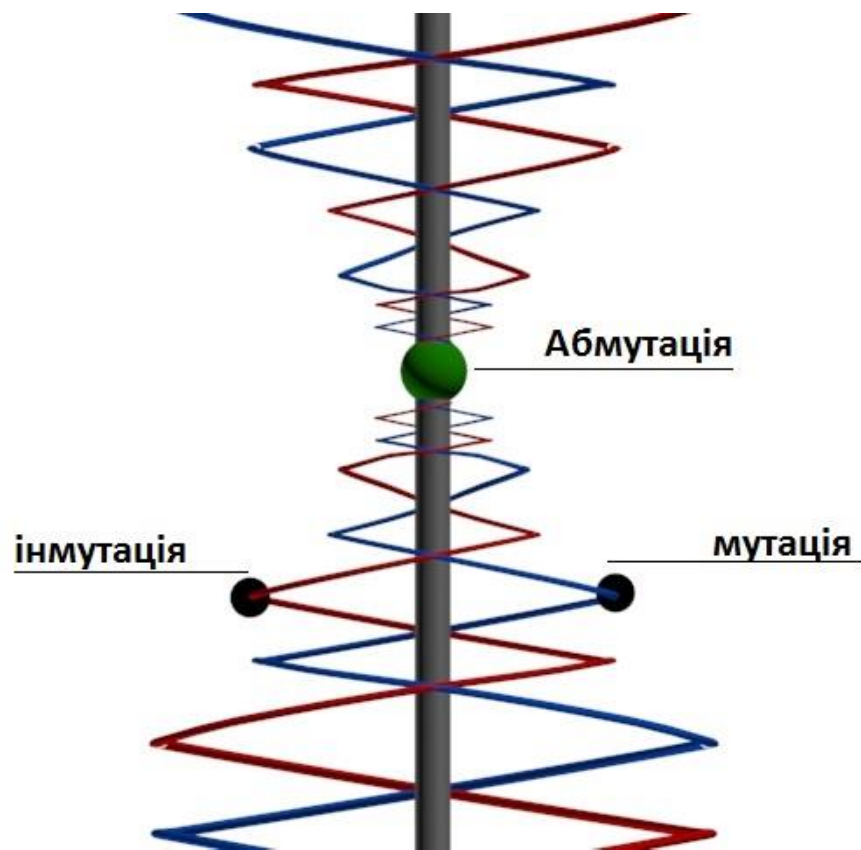
F_i – діапазон інмутаційних змін з урахуванням епістемних показників;

R – радіус епістемних змін (потрібний для розрахунку можливості оцінки індивідом і суспільством ступеня мутаційних чи інмутаційних змін).

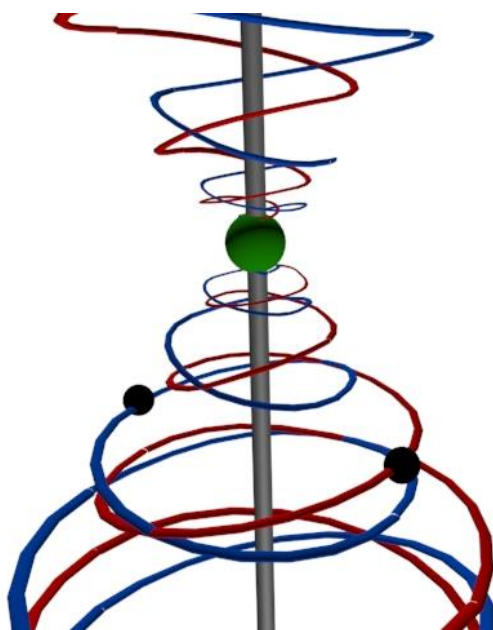
Детальний опис кожної із наведених графічних зображень уже здійснено нами раніше (див.: розділ 1 п. 4 «Метамоделі маніпуляції як модель трансформованої свідомості»). Передбачаємо, що у подальшому буде здійснена деталізація метамоделі маніпуляції суспільства(-ом) в окремих наших публікаціях і працях наших колег.

УЯВЛЕННЯ ПРО ПРОЦЕСИ МУТАЦІЇ, ІНМУТАЦІЇ ТА АБМУТАЦІЇ В ГРАФІЧНОМУ (3D) ВИГЛЯДІ

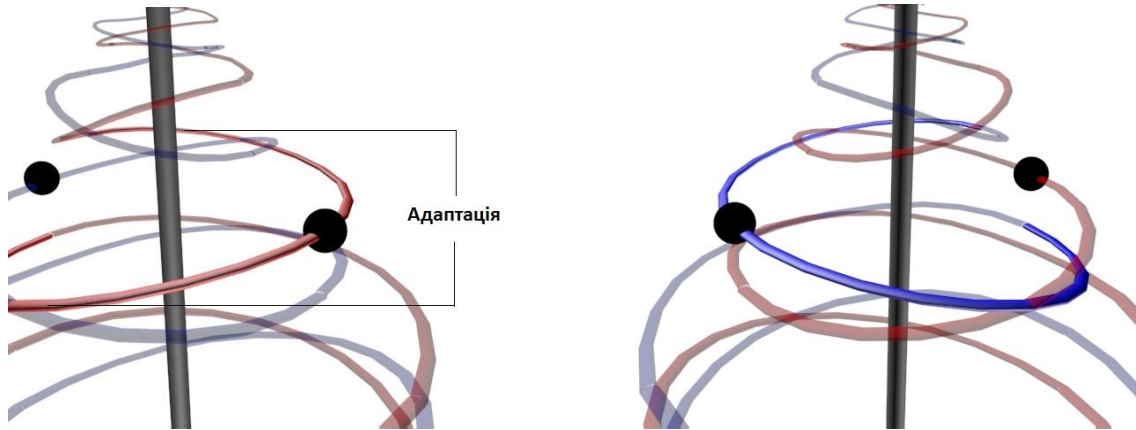
1. Як і раніше було сказано, за основу взято дві спіралі віддзеркалені одна від одної, проте мають спільну вісь. Кожна спіраль відноситься до процесу мутації та інмутації відповідно. Момент (точка) абмутації згідно графічному моделюванню завжди буде відноситися до вісі.



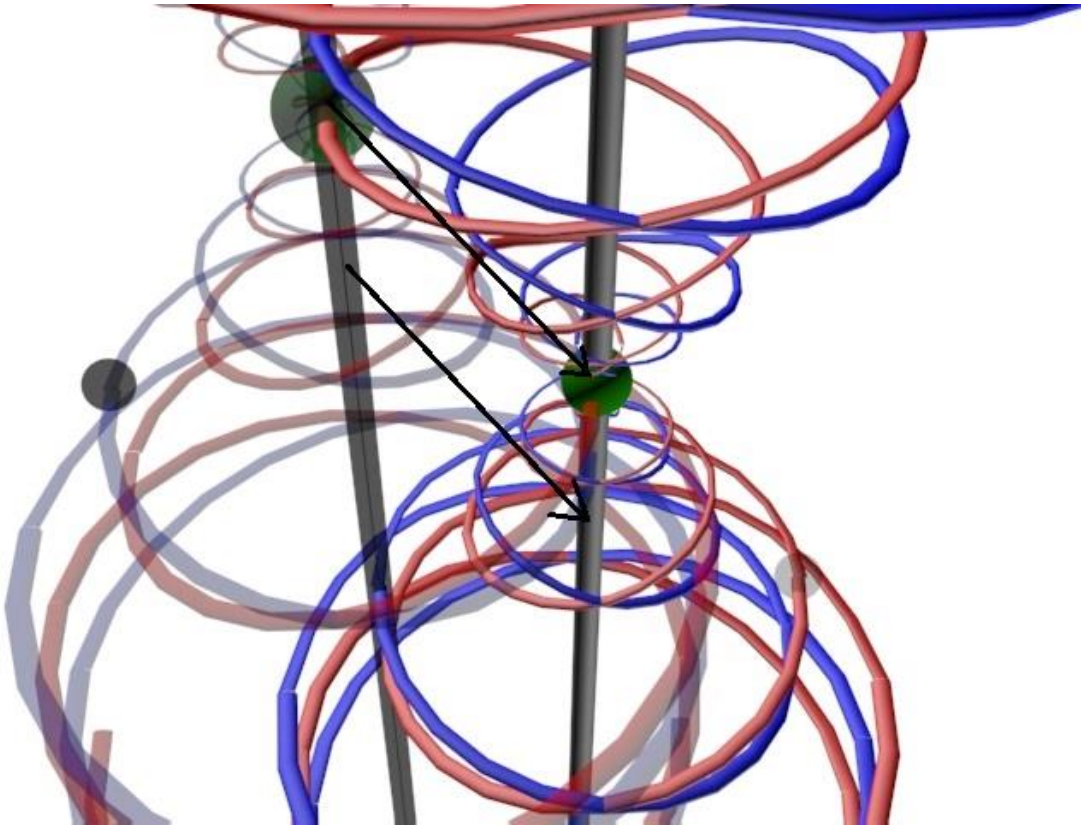
Самі спіралі по своїй «поведінці» у певних моментах мають амплітудних характер (так, як відображалось у графічному варіанті), якщо процес наближається або дорівнює абмутації.



2. Адаптація як процес: дві спіралі і є процесами адаптації в мутації та інмутації.



3. Якщо певний момент мутації/інмутації переходить у стан абмутації, у такому випадку вісь буде зсуватися, а разом із нею й сама епістема.



Виходячи з вищепоказаного, модель є нескінченною в усіх існуючих площинах. Також слід зазначити, що вісь можна використати як хронологічну пряму.

РОЗДІЛ 3.4.

**ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ
ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ
В ПІДПИСАХ ПІД ФОТОГРАФІЯМИ**

(на прикладі газет Рейхскомісаріату «Україна» 1941–1944 років)

Вступ

Проблема дослідження полягає у відсутності знань про конкретний перелік і якість психолінгвістичних інструментів інформаційно-психологічного впливу (ІПВ) у підписах під фотографіями (на прикладі фашистських газет Рейхскомісаріату «Україна»).

Актуальністю нашого дослідження є те, що на сьогоднішній день в Україні ще не було здійснено вивчення психолінгвістичних інструментів, що активно використовувалися в підписах під світлинами в газетах, що виходили на території Рейхскомісаріату «Україна» у період із 1 вересня 1941 року до 10 листопада 1944 року. Хоча нам відомі праці (Горевалов 2010; Горевалов 2014:192–195; Жуковський, Субтельний 1991; Івлєв, Юденков 1985; Коваль 1977; Коваль 1988; Літвінюк 2013; Мальчевський 1985; Проненко 2016; Стафійчук 1968; Титаренко 2002; Холод 2016; Шаповал 1985; Черняков 2003:135–159), у яких автори аналізували специфіку структури, жанрово-тематичне наповнення та зображальні засоби газет, що виходили на окупованій території, але психолінгвістичні інструменти в згаданих звітах про дослідження не зустрічається, що й робить наше дослідження актуальним.

Мета дослідження

У статті ми визначили *мету* ідентифікувати, описати й класифікувати психолінгвістичні інструменти ІПВ в підписах під фотографіями, які були

розміщені в газетах, що виходили в період із 1 вересня 1941 до 10 листопада 1944 року на території Рейхскомісаріату «Україна» (далі – РКУ) й фінансувалися фашистським режимом.

Гіпотеза дослідження

Було передбачено, що автори підписів під фотографіями, які були розміщені в газетах, що виходили в період із 1 вересня 1941 до 10 листопада 1944 року на території Рейхскомісаріату «Україна», активно використовували різні групи психолінгвістичних інструментів інформаційно-психологічного впливу.

Методи дослідження

Ми звернулися до таких груп методів:

1) методи емпіричного дослідження:

– спостереження, яке допомогло нам цілеспрямовано й організовано сприйняти фотографії в газетах, що видавалися за кошти фашистського режиму в Рейхскомісаріаті «Україна» (далі – РКУ);

– опис, завдяки якому ми зафіксували отримані результати;

2) методи теоретичного дослідження:

– кількісно-якісний метод, завдяки якому ми змогли перевести якість світлин з їхнім тематичним наповненням в кількісні показники;

– гіпотетико-дедуктивний метод, який дозволив висунути гіпотезу й дедуктивним методом довести її істинність;

3) загальнонаукові методи:

– класифікація як метод допомогла нам розподілити фотографії на групи залежно від їхніх ознак і фіксувати закономірні зв'язки між групами в системі психолінгвістичних інструментів;

– узагальнення дозволило нам встановити загальні властивості й ознаки психолінгвістичних інструментів інформаційно-психологічного впливу

надписів під фотографіями в газетах, що видавалися на гроші фашистського режиму Рейхскомісаріату «Україна»;

4) спеціальні галузеві методи:

– контент-аналіз ми застосували для визначення змісту згаданих фотографій та його кореляції зі змістом надписів, що їх супроводжували; одиницею контент-аналізу ми обрали «тему» змісту фотографій.

Процедура дослідження

Методика нашого дослідження полягала у здійсненні таких процедур:

1) пошук наукових джерел, у яких детально описано «правові» засади створення Рейхскомісаріату «Україна» (РКУ) на території колишніх республік СРСР (УРСР, БРСР, РСФСР);

2) визначення конкретного переліку тих газет, видання яких фінансувалося фашистською Німеччиною в період від 1.09.1941 року до 10.11.1944 року й створювалося журналістськими силами українців, які добровільно служили фашистському режиму на території РКУ;

3) пошук у газетному відділі Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського наявних в архіві газет зазначеного періоду;

4) копіювання тих світлин і підписів під ними, які були розміщені на шпальтах аналізованих газет;

5) на базі контент-аналізу (за одиницею «тема») використати критерії здійснення класифікації світлин на групи;

6) ідентифікація й опис конкретних психолінгвістичних інструментів, використаних авторами підписів під світлинами в газетах, що виходили на території РКУ в згаданий період.

Обговорення результатів дослідження

Виконуючи першу дослідницьку процедуру, ми здійснили пошук наукових джерел, у яких детально описано «правові» засади створення Рейхскомісаріату

«Україна» (РКУ) на території колишніх республік СРСР (УРСР, БРСР, і за планами – РСФСР). Нами встановлено, що за наказом А. Гітлера Рейхскомісаріат «Україна» (РКУ) було проголошено 1 вересня 1941 року (Воропаєв 1996; Двірна, Левченко 2014; Мюллер 1965; Німецько-фашистський окупаційний режим на Україні 1963; Преступные цели – преступные средства 1985; Толанд 1993:т.1–2). До РКУ фюрер включив Волинь/Поділля (центр у м. Рівне); Житомир, Київ, Миколаїв, Дніпропетровськ та частина Таврії/Криму (центр у м. Мелітополь).

Друга дослідницька процедура передбачала визначення конкретного переліку тих газет, видання яких фінансувалося фашистською Німеччиною в період від 1.09.1941 року до 10.11.1944 року й створювалося журналістськими силами українців, які добровільно служили фашистському режиму на території РКУ. Виконуючи другу процедуру, ми встановили, що у згаданий період видавалося за різними даними різна кількість газет. Наприклад, нами встановлено (Холод 2016), що у період від 1.09.1941 по 17.07.1942 (дата початку Сталінградської битви) на території згаданих шести округів видавалися на гроші окупантів 34 газети (10 газет видавалися 1941 року і 24 газети – 1942 року). 1941 року видавалися 10 таких газет: «Голос Волині» (місто видання – Житомир); «Дзвін» (місто видання – Біла Церква); «Дзвін» (місто видання – Кривий Ріг); «Дніпропетровська газета» (місто видання – Дніпропетровськ); «Звільнена Україна» (м. Богуслав Дніпропетровської області); «Нове українське слово» (м. Київ); «Останні вісті» (м. Київ); «Українська думка» (м. Миколаїв); «Українське життя» (м. Бориспіль Київської області); «Українське слово» (м. Житомир).

1942 року видавалися 24 таких газети: «Васильківські вісті» (м. Васильків Київської області); «Відродження» (м. Тараща Київської області); «Вісті» (м. Рівне); «Волинь. Український часопис» (м. Рівне); «Голос Волині» (м.

Житомир); «Голос Сарненщини» (м. Сарни Рівненської області); «Дніпропетровська газета» (м. Дніпропетровськ); «Звягельське слово» (м. Звягель, нині – м. Новоград-Волинський Житомирської області); «Іванківські вісті» (м. Іванків Київської області); «Ковельські вісті» (м. Ковель Волинської області); «Козятинська газета» (м. Козятин Волинської області); «Костопільські вісті» (м. Костопіль Рівненської області); «Наше слово» (м. Береста Рівненської області); «Наші вісті» (м. Любомль Волинської області); «Нове українське слово» (м. Київ); «Переяславські вісті» (м. Переяслав Київської області); «Последние новости» (м. Київ); «Ружинський вісник» (м. Ружин Житомирської області); «Українець» (м. Павлоград Дніпропетровської області); «Українська думка» (м. Миколаїв); «Українське життя» (м. Бориспіль Київської області); «Український голос» (м. Луцьк); «Український хлібороб» (м. Київ); «Український хлібороб» (м. Рівне).

Кількість газет, що виходили на території РКУ в період від 1.09.1941 року до 10.11.1944 року і мали назву українською або російською мовами, Б. І. Черняков визначає числом 406 (тексти газет друкувалися як українською, російською, так і німецькою мовами) та 37 періодичних видань іноземними мовами (німецькою, румунською) і з назвами німецькою мовою і текстом газет українською мовою (Черняков 2003; Черняков 2015), дослідник Титаренко, на жаль, не уточнює загальну кількість аналізованих ним газет, що виходили на Донеччині (Титаренко 2002), але наш аналіз його автореферату свідчить про те, що число видань може визначатися більш як 120. За даними І. Мальчевського (Мальчевський 1985:291–295) під німецькою окупацією на території РКУ видавалося 102 газети. А. Жуковський й О. Субтельний подають інформацію про те, що на українських землях видано під фашистською окупацією близько 115 газет і журналів. Натомість І. Стафійчук (Стафійчук 1968:26) стверджує, що «на Україні на кошти окупантів видано біля 150 газет й інших періодичних

видань переважною більшістю українською мовою» (Жуковський, Субтельний 1991:123). На думку М. Ковалю, «до середини 1942 р. в РКУ видавалося 189 газет українською та 6 німецькою мовами загальним тиражем 957 тис. прим.» (Коваль 1977:203). Хоча пізніше автор стверджує, що «до середини 1942 р. на території РКУ видавалися 160 газет українською і до 10 газет німецькою, румунською і угорською мовами. Їх загальний тираж перевищив 1 млн. прим.» (Коваль 1988:57). Дослідники І. Івлєв і А. Юденков (Івлєв, Юденков 1985:42) нарахували 260 газет, випущених на окупованій території Радянського Союзу. Автори вважають, що таких газет, було не менше 300.

Невелика кількість газет, що виходили на території РКУ, подана в архівних джерелах Рівненської області (*Die Presse im Reichskornmissariat Ukraine*), але не уточнена кількість таких видань аналізованого періоду.

Отже, підводячи підсумок аналізу різних даних, про які згадують різні дослідники, можемо констатувати, що на території РКУ у період від 1.09.1941 до 10.11.1944 видавалося від 34 газет до 300.

Третя дослідницька процедура вимагала від нас пошук у газетному відділі Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського наявних в архіві газет зазначеного періоду. Оскільки ми досліджували лише період від 1.09.1941 до 17.07.1942, констатуємо про те, що нами виявлено лише 34 газети (а саме: 10 газет видавалися 1941 року і 24 газети – 1942 року).

Згідно з четвертою дослідницькою процедурою ми зробили копії тих світлин і підписів під ними, які були розміщені на шпальтах аналізованих газет. У ході дослідження ми піддали аналізу 81 підпис під 85 фотографіями, опублікованими в газетах, що виходили в період із 1 вересня 1941 до 10 листопада 1944 року на території Рейхскомісаріату «Україна» й фінансувалися фашистським режимом.

Виконуючи п'яту дослідницьку процедуру, ми на базі контент-аналізу (за одиницею «тема») виокремили критерії здійснення класифікації світлин на групи. Такими критеріями стали найменування гіпотетичних груп, до яких можна було б віднести подібні за темою аналізовані фотографії. Серед критеріїв-назв були такі передбачувані групи: «Групи людей», «Праця українців у німецьких селах», «Полонені», «Портрети», «Природа», «Військова техніка», «Групи людей», «Бій», «Німеччина», «Село», «Інші».

Під час виконання практичної частини нашого дослідження гіпотетичні критерії були нами переглянуті в бік їхньої трансформації й уніфікації. Критерії аналізу згаданих підписів спиралися на диференціацію самих зображень за тематикою й дозволили нам виокремити такі вісім тематичних груп і 24 тематичні підгрупи: 1) портрети (2 підгрупи: «Портретні фото однієї особи» й «Портретні фото двох і більше осіб»); 2) природа; 3) військова техніка та зброя; 4) групи людей (2 підгрупи: «Групи людей в мирних обставинах» і «Групи вояків на фронті»); 5) бій (3 підгрупи: «Бій на землі», «Бій на воді», «Бій у повітрі»); 6) Німеччина (9 підгруп: «Життя в Німеччині», «Мальовнича Німеччина», «Пам'ятники та будівлі», «Німеччина дбає про своїх ранених вояків», «Праця німецьких людей», «Праця остарбайтерів (українських працівників у Німеччині)», «Життя робітників у Райху», «Подорож українців до Німеччини», «Відпочинок остарбайтерів (українських працівників у Німеччині)»); 7) село (2 підгрупи: «Праця на селі», «Розподіл землі в селі»); 8) інші (6 підгруп: «Нагородження переможців», «Полонені», «Міста і села», «Непереможна Німецька Армія», «Відзначення свят чи роковин трагедії», «Оборонні споруди»).

Згідно з шостою процедурою дослідження ми ідентифікували й описали конкретні психолінгвістичні інструменти (точніше – психолінгвістичні маркери, або ПЛМ, інформаційно-психологічного впливу, або ІПВ), що активно

були використані авторами підписів під світлинами в газетах, що виходили на території РКУ в період із 1.09.1941 до 10.11.1944.

До таких психолінгвістичних інструментів-маркерів (ПЛІМ) інформаційно-психологічного впливу (ІПВ) слід віднести (далі, як ілюстрацію, подаємо лише декілька):

- *«головній квартирі Фірера фінляндський маршал барон фон Маннергайм»;*
- *«Непереможна Німецька Армія визволила Україну з неволі жидо-більшевизму. Наша вдячність – наша невтомна праця»;*
- *«величезну залю німецької механічної фабрики, де безупинно виробляють найсильніші в світі паро тяги. Здобуття від ворога нових територій збільшує продукцію цих велетнів»;*
- *«Німецька панцерна артилерія на становищі»;*
- *«Байреті»; «вагнерівські торжества»;*
- *«д-р Лей»; «бажання вояків»;*
- *«Гренадири СС окопуються. Галас бою сповнює цілий терен. Стрільна свищуть крізь повітря. Німецькі танки – далеко один від одного – ідуть даліше вперед»;*
- *«В багатьох німецьких парках відпочинку влаштовано мініатюрні залізниці, якими особливо захоплюються відвідувачі»;*
- *«У Берліні заводять нові типи трамвайних вагонів»;*
- *«Українські робітниця працюють в Німеччині в одному державному маєткові біля Берліна при копанні картоплі»;*
- *«Державна опера в Берліні»;*
- *«будинок Данцігського міського театру»;*
- *«націонал-соціалістичного уряду».*

Нами було встановлено, що у 81 підпису під 85 фотографіями загальна кількість слів сягнула 1 846 (100%). Із загальної кількості слів ми виокремили 1091 слово, які склали 59,1% психолінгвістичних інструментів-маркерів інформаційно-психологічного впливу.

Висновки

За результатами дослідження були сформульовані такі висновки:

1) поставлена мета (ідентифікувати, описати й класифікувати психолінгвістичні інструменти ПІВ у підписах під фотографіями, які були розміщені в газетах, що виходили в період із 1 вересня 1941 до 10 листопада 1944 року на території Рейхскомісаріату «Україна» й фінансувалися фашистським режимом) була досягнута повною мірою;

2) були описані й класифіковані на 8 груп (та 23 підгрупи) психолінгвістичні інструменти інформаційно-психологічного впливу в згаданих газетах РКУ;

3) встановлено, що в газетах РКУ найчастотнішими є психолінгвістичні інструменти інформаційно-психологічного впливу, які відносяться до груп «Німеччина» (9 підгруп) і «Інші» (6 підгруп).

Перспективою подальшого дослідження вважаємо опис і класифікацію інструментів інформаційно-психологічного впливу, які застосовувалися в газетах СРСР, які підпільно виходили на території РКУ у період від 1 вересня 1941 року до 10 листопада 1944 року.

Подяки

Висловлюємо свою вдячність за терпіння й допомогу під час здійснення наукового пошуку й написання статті своїй дружині **Ганні Холод** – кандидату філологічних наук, доценту кафедри видавничої справи та мережевих видань Київського національного університету культури і мистецтв. Ми щиро вдячні **працівникам газетного відділу Національної бібліотеки України імені В. І.**

Вернадського за дбайливе ставлення до архівування газетних видань і за готовність допомогти порадою під час аналізу раритетних видань. Без детальної і копіткої архівної роботи **Бориса Чернякова** – доктора філологічних наук, професора Київського національного університету імені Тараса Шевченка неможливе було б наше дослідження. Ми вдячні Борисові Івановичу, на жаль, нині покійному, за титанічну бібліографічну працю.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Воропаев С. Энциклопедия Третьего рейха [Текст] / С. Воропаев. – М.: Локид-Миф, 1996. – 588 с.
2. Горевалов С. І. Фотокореспонденти й документальна фотографія періоду Другої світової війни (до 70-річчя Великої Перемоги) / С. І. Горевалов // Наукові записки Інституту журналістики. — 2014. — Т. 54. — С. 192–195.
3. Горевалов С. І. Фотожурналістика в системі засобів масової комунікації: єдність слова і зображення : навч. посіб. / С. І. Горевалов, Н. І. Зикун, С. А. Стародуб. — К. : КиМУ, 2010.
4. Двірна К. П., Левченко Ю. І. Рейхскомісаріати «Україна» та «Остланд» в період німецької окупації: особливості територіально-управлінської системи та політики / К.П. Двірна, Ю.І. Левченко // Грані. – № 3(107). – Березень 2014. – С. 106–114.
5. Жуковський А., Субтельний О. Нарис історії України. – Л.: Вид-во НТШ, 1991. – С. 123.
6. Залесский К. А. Кто был в Третьем Рейхе. Библиографический, энциклопедический словарь [Текст] / К.А. Залесский. – М.: Астрель, 2003. – 942 с.
7. Івлєв І. О., Юденков А. Ф. Контрпропаганда підпільників і партизанів на окупованій радянській території (1941–1944 рр.) // Український історичний журнал. – 1985. – № 6. – С. 42.
8. Коваль М. В. Общественно-политическая жизнь трудящихся Украинской ССР в период Великой Отечественной войны. – К.: Наук, думка, 1977. – С. 203.
9. Коваль М. В. Фашистская политика духовного, морально-политического подавления населения Украины и ее крах (1941-1944) // Общественно-политическая жизнь

- трудящихся Украины в годы Великой Отечественной войны: Сб. науч. тр. – К.: Наук, думка, 1988. – С. 157.
10. Літвінюк О. В. Періодична преса як інформативне джерело з історії повсякденного життя населення Донбасу в роки Великої Вітчизняної війни / О. В. Літвінюк // Історичні і політологічні дослідження. – № 3(53). – 2013. – С. 77–86.
 11. Мальчевський І. Українська преса під німецькою окупацією // На зов Києва: Український націоналізм у II світовій війні: 3б. статей, спогадів і документів. – Торонто; Нью-Йорк: Новий шлях, 1985. – С. 291–295.
 12. Мюллер. Н. Вермахт и оккупация [Текст] / – М.: Вече, 2010. – 368 с. 30. Немецко-фашистский оккупационный режим (1941-1944 гг.) [Текст] / Ред. С. Бубеншиков. – М.: Политиздат, 1965. – 388 с.
 13. Німецько-фашистський окупаційний режим на Україні. Збірник документів і матеріалів [Текст] / Ред. П. М. Костриби та ін. – К.: Державне видавництво політичної літератури, 1963. – 488 с.
 14. Преступные цели – преступные средства: Документы об оккупационной политике фашистской Германии на территории СССР (1941-1944 гг.) [Текст] / Сост. Г. Ф. Заставенко. – М.: Экономика, 1985. – 328 с.
 15. Стафийчук И. П. Комсомол Украины в партизанском движении 1941–1944 гг.: (Полит, работа среди населения оккупированных районов). – М.: Мысль, 1968. – С. 26.
 16. Титаренко Д. М. Преса Східної України періоду німецько-фашистської окупації як історичне джерело (1941–1943 рр.): дис. ... к. і. н.: 07.00.06. / Донецький нац. ун-т. – Донецьк, 2002. – С. 45–46.
 17. Толанд Дж. Адольф Гитлер / Дж. Толанд. — Том 1. — М.–Мн.–Калининград: Интердайджест, 1993. — 367 с.
 18. Толанд Дж. Адольф Гитлер / Дж. Толанд. — Том 2. — М.–Мн.–Калининград: Интердайджест, 1993. — 336 с.
 19. Холод О. М. Преса Рейхскомісаріату «Україна» і сучасні медіа: монографія / О. М. Холод. – К.: КНУКіМ, 2016. – 239 с.
 20. Черняков Б. І. Періодична преса на окупованій території України / Б. І. Черняков // Наукові записки Інституту журналістики [Електронне видання]. — Електронний ресурс: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1648> (дата звернення: 4.06.2015). — Назва з екрану.

21. Черняков Б. І. Окупаційна преса Рейхскомісаріату Україна / Б. І. Черняков // Зб. праць Науково-дослідного центру періодики Львівської національної бібліотеки імені В. Стефаника. — Л., 2003. — С. 152–159.
22. Шаповал Ю. Г. Изображение и слово в журналистике / Ю. Г. Шаповал. — Львов : Вища школа, 1985. — 151 с.
23. Die Presse im Reichskornmissariat Ukraine // Держ. архів Рівненської обл. — Ф. Р-22, оп. 1. — Спр. 149. — Арк. 21–27.

REFERENCE

1. Voropayev, S. *Entsiklopediya Tret'yego reykh* [Tekst] / S. Voropayev. M.: Lokid–Mif, 1996, 588 s.
2. Gorevalov, S. Í. Fotokorespondenti y dokumental'na fotografiya períodu Drugoї svítovoї víyni (do 70–ríchchya Velikoї Peremogi) / S. Í. Gorevalov // *Naukoví zapiski Ínstitutu zhurnalístiki*, 2014, T. 54, s. 192–195.
3. Gorevalov, S. Í. *Fotozhurnalístika v sistemí zasobív masovoї komunikatsíi: édníst' slova í zobrazhennya: navch. posíb.* / S. Í. Gorevalov, N. Í. Zikun, S. A. Starodub, K.: KiMU, 2010.
4. Dvírna, K. P., Levchenko YU. Í. Reykhskomísariáti «Ukraїna» ta «Ostland» v períod nímet's'koї okupatsíi: osoblivostí teritoríal'no–upravlíns'koї sistemi ta polítiki / K. P. Dvírna, Y. Í. Levchenko // *Graní*, №3(107), Berezen', 2014, s.106–114.
5. Zhukovs'kiy, A., Subtel'niy O. *Naris ístoríi UKRAINY*, L.: Vid–vo NTSH, 1991, s.123.
6. Zaleskiy, K. A. *Kto byl v Tret'yem Reykhe. Bibliograficheskiy, entsiklopedicheskiy slovar'* [Tekst] / K. A. Zaleskiy, M.: Astrel', 2003, 942 s.
7. Ívlev, Í. O., Yudenzov A. F. Kontrpropaganda pídpíl'nikív í partizanív na okupovaníy radyans'kíy teritoríi (1941–1944 rr.) // *Ukraїns'kiy ístorichniy zhurnal*, 1985, №6, s.42.
8. Koval' M. V. *Obshchestvenno–politicheskaya zhizn' trudyashchikhsya Ukrainskoy SSR v period Velikoy Otechestvennoy voyny*, K.: Nauk. dumka, 1977, s.203.
9. Koval', M. V. *Fashistskaya politika dukhovnogo, moral'no–politicheskogo podavleniya naseleniya Ukrainy i yeye krakh (1941–1944)* // *Obshchestvenno–politicheskaya zhizn' trudyashchikhsya Ukrainy v gody Velikoy Otechestvennoy voyny: Sb. nauch. tr.*, K.: Nauk. dumka, 1988, s.157.

10. Lítvínjuk, O. V. Períodichna presa yak ínformativne dzherelo z ístoríi povsyakdenного zhittya naselennya Donbasu v roki Velikoï Víтчiznyanoï víyni / O. V. Lítvínjuk // *Ístorichní i polítologíchni doslídzhennya*, №3(53), 2013, s.77–86.
11. Mal'chevs'kiy, Í. Ukraïns'ka presa píd nímets'koyu okupatsíeyu // *Na zov Kiêva: Ukraïns'kiy natsíonalíz'm u II svítoviy víyni*: 3b. statey, spogadív í dokumentív. Toronto; N'yu–York: Noviy shlyakh, 1985, s.291–295.
12. Myuller, N. Vermakht i okkupatsiya [Tekst], M.: Veche, 2010, 368 s.
13. *Nemetsko–fashistskiy okkupatsionnyy rezhim (1941–1944 gg.)* [Tekst] / Red. S. Bubenshikov, M.: Politizdat, 1965, 388 s.
14. *Nímets'ko–fashists'kiy okupatsíyniy rezhim na Ukraïní*. Zbírnik dokumentív í materialív [Tekst] / Red. P. M. Kostribi ta ín., K.: Derzhavne vidavnitstvo polítichnoï literaturi, 1963, 488 s.
15. *Prestupnyye tseli – prestupnyye sredstva: Dokumenty ob okkupatsionnoy politike fashistskoy Germanii na territorii SSSR (1941–1944 gg.)* [Tekst] / Sost. G. F. Zastavenko, M.: Ekonomika, 1985, 328 s.
16. Stafiychuk, I. P. *Komsomol Ukrainy v partizanskom dvizhenii 1941–1944 gg. : (Politrabota sredi naseleniya okkupirovannykh rayonov)*, M.: Mysl', 1968, s. 26.
17. Titarenko, D. M. *Presa Skhídnoi' periodu nímets'ko UKRAINY–fashists'koï okupatsíi' yak ístorichne dzherelo (1941–1943 rr.): dis... k. í. n. : 07.00.06. / Donets'kiy nats. un–t, Donets'k, 2002, s.45–46.*
18. Toland, Dzh. *Adolf Gitler* / Dzh. Toland, Tom 1, M.–Mn.–Kaliningrad: Inter–daydzhest, 1993, 367 s.
19. Toland, Dzh. *Adolf Gitler* / Dzh. Toland, Tom 2, M.–Mn.–Kaliningrad: Inter–daydzhest, 1993, 336 s.
20. Kholod, O. M. *Presa Reykhskomisariatu «Ukraïna» í suchasní medía: monografiya* / O. M. Kholod, K.: KNUKIM, 2016, 239 s.
21. Chernyakov, B. Í. Períodichna presa na okupovaníy teritoríi Ukraïni / B. Í. Chernyakov // Naukoví zapiski Ínstitutu zhurnalístiki. Retrieved from http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=stat'ya_i_stat'ya=1648

22. Chernyakov, B. Í. Okupatsíyna presa Reykhskomísariátu Ukraína / B. Í. Chernyakov // *3b. prats' Naukovo–doslídnoho tsentru periodiki L'vív's'koí natsional'noi biblioteki imeni V. Stefanika*, L., 2003, s.152–159.
23. Shapoval, Y. G. *Izobrazheniye i slovo v zhurnalistike* / Y. G. Shapoval, L'vov: Vishcha shkola, 1985, 151 s.
24. *Die Presse–im Reichskornmissariat Ukrainy* // Derzh. arkhív Rívnens'koí obl.F. R–22, na. 1.Spr. 149.Ark. 21–27.

(див. далі – Додатки)

ДОДАТКИ

Таблиця 1.

Групи світлин,
зафіксованих у газетах РКУ
в період від 1 вересня 1941 року до 12 листопада 1944 року

/п	Назва групи світлин	Номер запису / Підпис під світлинами		Психолінгвістичні маркери (ПЛМ) інформаційно-психологічного впливу (ІПВ)		
		Цитата	Загальна кількість слів	Вербальна форма маркерів	Кількість слів, що утворюють ПЛМ	
1.	Портретні фото (однієї особи)	1/ «Альфред Розенберг – Райхсміністром для зайнятих східних теренів».	1	«Райхсміністром» «зайнятих східних теренів»,	9	8,1

МЕДІА Й ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

		«На основі розпорядження Фірера створено міністерство для ново-зайнятих східних теренів. Райхсміністром для східних теренів іменованій Райхсляйтер Альфред Розенберг, відомий німецький теоретик та політичний діяч. Його постійним заступником є Гауляйтер та Райхстатгальтер Д-р Майер. Міністерству підлягають: Райхскомісар для України Гауляйтер і Оберпрезидент Еріх Кох, Райхскомісар для Балтійських країв (Литви, Лотви та частини Білорусії) Гауляйтер і Оберпрезидент Гайнріх Льогсе та всі новоосновані цивільні влади, які мають завдання завести новий лад і порядок на новоздобутих східних теренах».		«Фірера» «ново-зайнятих східних теренів» «Райхсміністром для східних теренів» «Райхсляйтер» «Гауляйтер» «Райхстатгальтер» «Райхскомісар для України» «Гауляйтер» «Оберпрезидент» «Райхскомісар для Балтійських країв» «Гауляйтер» «Оберпрезидент» «новоосновані цивільні влади» «мають завдання завести новий лад і порядок» «новоздобутих східних теренах»		
2.		18/ «Советський полонений»		«Советський полонений»		00
3.		83/ «Безтурботний погляд на майбутнє». «Молода німецька селянка безтурботно і сміливо дивиться в майбутнє. Вона розуміє, що боротьба з большевизмом – це оборона її рідного краю та його стародавніх звичаїв»	8	«Вона розуміє, що боротьба з большевизмом – це оборона її рідного краю та його стародавніх звичаїв»	5	3,6
4.		29/ «На нашій ілюстрації бачимо одного з найпопулярніших у цій війні генералів, а саме героя боєвих операцій в Африці Верховного Команданта Африканської Армії генерал-фельдмаршала	3	«одного з найпопулярніших у цій війні генералів, а саме героя боєвих операцій в Африці Верховного Команданта Африканської Армії генерал-фельдмаршала	9	0,7

МЕДІА Й ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

		Роммеля. Про цього генерала склалася ціла низка легенд, які свідчать про його неустрашимість, сприт і швидку орієнтацію в критичних моментах»		Роммеля. Про цього генерала склалася ціла низка легенд, які свідчать про його неустрашимість, сприт і швидку орієнтацію в критичних моментах».		
5.	Портретні фото (двох і більше осіб)	31/ «Під час своєї візити в головній квартирі Фірера фінляндський маршал барон фон Маннергайм відвідав і райхсмаршала Германа Герінга, з яким обговорив загальне становище на театрах війни»	6	«головній квартирі Фірера фінляндський маршал барон фон Маннергайм» «райхсмаршала Германа Герінга» «загальне становище на театрах війни»	6	1,5
6.		54/ «18 вересня прийняв Фірер у своїй Квартирі сербського президента міністрів генерал-полковника Міляна Недіча. Перед прийняттям у Фірера відбув з ним довшу розмову Райхсміністер закордонних справ фон Ріббентроп про питання майбутнього оформлення Сербії»	2	«18 вересня прийняв Фірер у своїй Квартирі сербського президента міністрів генерал-полковника Міляна Недіча. Перед прийняттям у Фірера відбув з ним довшу розмову Райхсміністер закордонних справ фон Ріббентроп про питання майбутнього оформлення Сербії»	2	00
7.	«Непереможна Німецька Армія»	84-85/ «Непереможна Німецька Армія визволила Україну з неволі жидо-більшевизму. Наша вдячність – наша невтомна праця»	3	«Непереможна Німецька Армія визволила Україну з неволі жидо-більшевизму. Наша вдячність – наша невтомна праця»	3	00
8.		62/ «Вид на засніжений Берхтесгаден, що лежить у долині серед високих Альпів. У глибині гора Вацман (2 653 м. заввишки)»	8	«Берхтесгаден» «Вацман»		1,1
9.	Відзначення свят чи роковин трагедії					
10.	Військова техніка та зброя	6/ «Новий німецький танк «Тигр»»		«Новий німецький танк «Тигр»»		00
11.		7/ «Нові німецькі бомбардувальники в одному великому	3	«німецькі бомбардувальники»		6,2

МЕДІА Й ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

		заводському цеху, де їх виробляють цілими серіями»		«їх виробляють цілими серіями»		
12.		9/ «Німецький швидкісний човен на варті в Чорному морі»		«Німецький швидкісний човен на варті в Чорному морі»		00
13.		13/ «Німецькі літаки в польоті»		«Німецькі літаки в польоті»		00
14.		27/ «На Сході боротьба невпинно провадиться до повного знищення ворога людства – большевизму. На нашій ілюстрації – побідний наступ панцерних машин, що промощують шлях до постачання»	3	«боротьба невпинно провадиться до повного знищення ворога людства – большевизму» «побідний наступ панцерних машин»	3	6,5
15.		32/ «На ілюстрації бачимо величезну залю німецької механічної фабрики, де безупинно виробляють найсильніші в світі паро тяги. Здобуття від ворога нових територій збільшує продукцію цих велетнів».	5/ 00	величезну залю німецької механічної фабрики, де безупинно виробляють найсильніші в світі паро тяги. Здобуття від ворога нових територій збільшує продукцію цих велетнів	3/ 16	2
16.		35/ «З кожним днем і з кожною годиною усилюється підводна боротьба з ворожим тонажем. На нашім малюнку бачимо німецький підводний човен з обслугою котрий уже затопив не один ворожий караван»	9	«підводна боротьба з ворожим тонажем» «німецький підводний човен з обслугою котрий уже затопив не один ворожий караван»	7	8,6
17.		43/ «Німецька панцерна артилерія на становищі»		«Німецька панцерна артилерія на становищі»		00
18.		81/ «Перший новий німецький паротяг упрощеної конструкції, яка дає змогу значно щадити матеріал і час при його будуванні»	7	«Перший новий німецький паротяг упрощеної конструкції, яка дає змогу значно щадити матеріал і час при його будуванні»	7	00
19.	Оборонні споруди	49/ «Один з багатьох бункерів у природніх укріпленнях південно-східного	4	«бункерів у природніх укріпленнях південно-східного	1	8,6

		оборонного залу, цілком забезпечений від бомб»		оборонного залу, цілком забезпечений від бомб»		
20.	Групи людей в мирних обставинах	3/ «Цього року, як і завжди, в Байреті відбулися вагнерівські торжества, які відвідав і д-р Лей. На фото: в антракті д-р Лей на бажання вояків дає свої автографи»	7	«Байреті» «вагнерівські торжества» «д-р Лей» «д-р Лей» «бажання вояків»		3,3
21.		42/ «Всюди у визволених областях Сходу німецькі установи міряють і врочисто передають землю місцевим селянам». «Серед святково одягнених селян, що зійшлися на маніфестацію з приводу видачі їм документів на землю, панував урочистий настрій»	2	«Всюди у визволених областях Сходу німецькі установи міряють і врочисто передають землю місцевим селянам» «Серед святково одягнених селян, що зійшлися на маніфестацію з приводу видачі їм документів на землю, панував урочистий настрій»	2	00
22.		44/ «Відкрито нові масові могили жертв ГПУ». «У західній частині м. Вінниці відкрито великі масові могили з рр. 1938/41, які нараховують багато тисяч замордованих українців, між ними дітей. На світлині єпископ з духовенством на могилах»	5	«Відкрито нові масові могили жертв ГПУ». «У західній частині м. Вінниці відкрито великі масові могили з рр. 1938/41, які нараховують багато тисяч замордованих українців, між ними дітей. На світлині єпископ з духовенством на могилах»	5	00
23.		39/ «1. Відкрито нові масові могили жертв ГПУ». «При західному виході з міста Вінниці, Житомирської генеральної округи, відкрито великі масові могили. Вони походять з 1938–1941 рр. і – обережно оцінюючи – мають кільканадцять тисяч замордованих ГПУ українців обох статей та багато дітей. Урядові розкопки вже почалися»	3	«Відкрито нові масові могили жертв ГПУ». «генеральної округи, відкрито великі масові могили» «кільканадцять тисяч замордованих ГПУ українців обох статей та багато дітей»	2	1,2

24.		66/ «Робітники Служби Праці Райху на Середземному морі»		«Робітники Служби Праці Райху на Середземному морі»		00
25.	Групи вояків на фронті	38/ «На Кубанському мостовому причілку». «Здавалось б, що ці три німецькі вояки вибралися на приємну прогулянку здовж берега озера. Але ось – спереду човна кулемет. Зрештою ці вояки дуже сторожкі. Вони проводять розвідку, обережно пливучі лягунами Кубанського причілку»	6	«німецькі вояки» «спереду човна кулемет» «вояки дуже сторожкі» «Вони проводять розвідку, обережно пливучі лягунами Кубанського причілку»	6	4,4
26.		41/ «Підслухачі в перших лініях фронту». «40 метрів перед ворогом припишкли перші німецькі розвідники. Тому що повітря майже «вільне від заліза», вони мають на голові польові шапки, які дозволяють їм краще наслухувати та розвідувати серед руїн»	5	Підслухачі в перших лініях фронту 40 метрів перед ворогом припишкли перші німецькі розвідники	3	7,1
27.		46/ «Жваво йде робота на одному із східних аеродромів. Випробувані Ю 88 вернулись з польоту на ворога й набирають швидко нового вантажу, бо кожна година дорога»	5/ 10	«Жваво йде робота на одному із східних аеродромів. Випробувані Ю 88 вернулись з польоту на ворога й набирають швидко нового вантажу, бо кожна година дорога»	5/ 09	00
28.		50/ «ДИМОМЕТИ У ВЕЛИКОМУ БОЇ НА СХОДІ». «У сильні та запеклі бої. Які проходять на різних відтинках східного фронту, вміщуються також батареї німецьких димометів»	3	ДИМОМЕТИ У ВЕЛИКОМУ БОЇ НА СХОДІ . «У сильні та запеклі бої. Які проходять на різних відтинках східного фронту, вміщуються також батареї німецьких димометів»	3	00
29.		76/ «ПЕРЕПРАВА ЧЕРЕЗ ДІН БЛЯ РОСТОВА». «Німецькі відділи постачання	5	«ПЕРЕПРАВА ЧЕРЕЗ ДІН БЛЯ РОСТОВА». «Німецькі відділи постачання переправляються на	5	00

		переправляються на паромі через Дін біля Ростова»		паромі через Дін біля Ростова»		
30.		59/ «Підводний човен повертається з успішних дій проти ворога»		«Підводний човен повертається з успішних дій проти ворога»		00
31.		61/ «Телефоністи на лижвах»		«Телефоністи на лижвах»		00
32.		64/ «Військова комісія однієї нейтральної держави оглядає* берегові укріплення Атлантичного валу»	0	«Військова комісія» «берегові укріплення Атлантичного валу»		0
33.		77/ «Німецький вояк не знає перешкод. Важку гармату перетягають на пором, щоб перевезти її на другий бік Дону й установити там для дальшої боротьби»	3	«Німецький вояк не знає перешкод. Важку гармату перетягають на пором, щоб перевезти її на другий бік Дону й установити там для дальшої боротьби»	3	00
34.	Бій на землі. Бій на воді. Бій у повітрі.	17/ «НА СХІДНОМУ ФРОНТІ» «Німецька протитанкова гармата в дії»		«НА СХІДНОМУ ФРОНТІ» «Німецька протитанкова гармата в дії»		00
35.		26/ «На нашій ілюстрації бачимо один із епізодів величезного бою під Харковом. У земляних ямах, де готуються німецькі вояки до дальшого наступу, сидять і полонені советські вояки. Вони мусять чекати поки їх не відішлють у заплілля, бо бій ще не скінчився»	0	«величезного бою під Харковом» «полонені советські вояки» «Вони мусять чекати поки їх не відішлють у заплілля»	6	0
36.		45/ «Гренадири СС окопуються. Галас бою сповнює цілий терен. Стрільна свищуть крізь повітря. Німецькі танки – далеко один від одного – ідуть даліше вперед»	1	«Гренадири СС окопуються. Галас бою сповнює цілий терен. Стрільна свищуть крізь повітря. Німецькі танки – далеко один від одного – ідуть даліше вперед»	1	00
37.		47/ «Німецькі вояки проїжджають біля горючого села. Курява та жарке сонце ставляють перед	6	«Німецькі вояки проїжджають біля горючого села. Курява та жарке сонце ставляють перед німецькими	6	00

		німецькими солдатами тяжкі завдання»		солдатами тяжкі завдання»		
38.		56/ «Всі роди німецької зброї ломають у тісному співдянні сили ворога. НА ФОТО: На полі бою зустрілися проти панцерна та штурмова гармата»	1	«Всі роди німецької зброї ломають у тісному співдянні сили ворога». «На полі бою зустрілися проти панцерна та штурмова гармата»	9	0,5
39.		63/ «Ворожий артилерійський вогонь не може зупинити німецьких вояків»		«Ворожий артилерійський вогонь не може зупинити німецьких вояків»		00
40.	Життя в Німеччині	10/ «Торгівля в Німеччині» «Акуратно складений лежить товар на полицках стінної шафи. При допомозі скриньок в стойках покупцеві видається його покупка»	0	«Торгівля в Німеччині» «Акуратно складений лежить товар» «При допомозі скриньок в стойках покупцеві видається його покупка»	6	0
41.		12/ «Торгівля в Німеччині» «Як перед війною, так і на сьогодні домашня господарка Німеччини купує всі необхідні продукти для споживання в добре організованих магазинах. Наш малюнок показує вітрину маленької м'ясної крамнички»	0	«Торгівля в Німеччині» «домашня господарка Німеччини» «добре організованих магазинах»	/201	0
42.		13/ «Торгівля в Німеччині» «Продавщиця магазину текстильних товарів дає добросовісні поради своєму покупцеві перед покупкою»	4	«Торгівля в Німеччині» «добросовісні поради»		5,7
43.		14/ «В німецьких парках розваг часто є озера, по яких катаються моторними човнами»	2	«В німецьких парках розваг часто є озера, по яких катаються моторними човнами»	2	00
44.		15/ «В багатьох німецьких парках	2	«В багатьох німецьких парках	2	00

		відпочинку влаштовано мініатюрні залізниці, якими особливо захоплюються відвідувачі»		відпочинку влаштовано мініатюрні залізниці, якими особливо захоплюються відвідувачі»	
45.		40 / «Що року в столиці Райху на площі біля радіовежі відбувається великий огляд квітів. Там, берлінські танцювальні школи часто виконують чарівні танці»	1/ 15	«столиці Райху» «берлінські» «чарівні танці»	3,8
46.		36/ «Робітничі оселя у німецькій столиці. Ліворуч і праворуч чисті вулиці, обсажені деревами, що саме тепер пишном розцвіли»	7	«німецькій столиці»	1,8
47.		65/ «В такому будинку живе одна родина німецького гірника. Біля кожного будинку є* город і сад».	5	«німецького» «Біля кожного будинку є* город і сад»	3,3
48.		67/ «Берлінський зоологічний сад (ZOO) – одно з найулюбленіших місць культурного відпочинку берлінців. Зараз він значно пошкоджений внаслідок англо-американських терористичних бомбардувань»	8	«Берлінський» «берлінців» «англо-американських терористичних бомбардувань»	7,8
49.		68/ «Праця ушляхетнює! – Служба праці в Німеччині. Росяним ранком, весело співаючи, йде дівчина на поле, щоб допомогати* селянам у жнивах»	9	«Служба праці в Німеччині»	1
50.		69/ «Праця ушляхетнює! – Служба праці в Німеччині. На малюнкові бачимо приміщення для дівочої служби праці. Для зміцнення свого тіла дівчата служби праці у вільний час роблять	1	«Служба праці в Німеччині».	2,9

		гімнастичні вправи грають в м'яча тощо**»			
51.		70/ «Німецька молодь відбуває свій рік праці в сільському господарстві»		Німецька молодь	2,2
52.		75/ «СПОРТИВНЕ ГАРТУВАННЯ В НАЦІОНАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ВИХОВНИХ ЗАКЛАДАХ». «У гри ручним мячем* юнаки міряються силами у зручності та швидкості»	7	«НАЦІОНАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ВИХОВНИХ ЗАКЛАДАХ»	7,6
53.		79-80/ «У Берліні заводять нові типи трамвайних вагонів». «На знімці вгорі бачимо внутрішнє, устаткування вагону та продаж квитків. Коло кондуктора мікрофон, через який він подає назви зупинок. Внизу бачимо зовнішній вигляд нового вагону, що вже ходить берлінськими вулицями»	7	«У Берліні заводять нові типи трамвайних вагонів».	8,9
54.	Мальовнича Німеччина	28/ «Мальовнича Німеччина». «Густа мережа автомобілевих шляхів у Німеччині, т. зв. автострад, що перерізують край уздовж і впоперек, дають не тільки можливості для транспорту, але й відкривають перед очима подорожників чудові краєвиди. На нашій ілюстрації бачимо міст через долину, яким переходить автострада...»	1	Мальовнича Німеччина	,9
55.		30/ «Один із чудових краєвидів Німеччини, що	4	«чудових краєвидів Німеччини»	6,7

		відкривається очам подорожника з гладенької, як стіл, автостради. Такі автостради сотнями тисяч кілометрів перерізують Німеччину здовж і впоперек.		«Німеччину»		
56.		37/ «Краса гір» «На цій ілюстрації бачимо чудовий пейзаж німецьких гір, де на лоні природи можуть відпочити робітники по цілоденній праці»	0	«німецьких гір»		0
57.		72/ «Чудова Німеччина. Наша світлина представляє прекрасно положений монастир бенедиктинців в Мельку. Стоїть він над містом на гранічній скелі, на 57 метрів заввишки стремить над Дунаєм. Його вибудували в 1701–1736 рр. Його церква, славна своїми фресками та органом, знана в цілому світі»	2/ 10	«Чудова Німеччина»		,8
58.	Праця на селі	4/ «На молотьбі»		-		0
59.	Розподіл землі в селі	5/ «Розподіл землі у с. Черногородка Київської області»		-		0
60.	Нагородження переможців	16/ «Місцеві загани в боротьбі проти большевизму». «Почесна нагорода загонів місцевих добровільців за особливі заслуги в боротьбі проти більшовизму; прапорові цього загону віддають честь зброєю так само, як і німецькому»	8	«Місцеві загани в боротьбі проти большевизму». «Почесна нагорода загонів місцевих добровільців за особливі заслуги в боротьбі проти більшовизму; прапорові цього загону віддають честь зброєю так само, як і німецькому»	8	00
61.		33/ «Верховний командувач воєнних морських сил Великонімеччини, великий адмірал Редер, відвідав цими днями	4	«Верховний командувач воєнних морських сил Великонімеччини, великий адмірал Редер»	2	0

		півн.-західню Німеччину і вручив заслуженим інженерам та корабельним робітникам воєнні відзначення з нагоди закінчення одної великої морської споруди. На нашій ілюстрації бачимо великого адмірала Редера в розмові з корабельними робітниками та інженерами».		«Німеччину» «воєнні відзначення з нагоди закінчення одної великої морської споруди» «великого адмірала Редера»		
62.	Німеччина дбає про своїх ранених вояків	71/ «Німеччина дбає про своїх ранених вояків. Хто походить з села, той, річ зрозуміла, хоче туди й вернутися. Воєнного інваліда, що вийшов з селянського середовища, знову переколюють для хліборобської професії, навіть коли б його поранення й обмежувало потрібну для свободу рухів. Не зважаючи на штучну ногу, цей чоловік стає знову повновартісним трактористом, що цілком добре виконує свою працю в сільському господарстві»	0	«Німеччина дбає про своїх ранених вояків». «Воєнного інваліда» «поранення й обмежувало потрібну для свободу рухів». «Не зважаючи на штучну ногу»	0	3,3
63.	Праця німецьких людей	82/ «Німецька жінка працює на перемогу. Батьківщина вимагає тотальної війни». «Хоч у селянських господарствах жінка вже здавна мала багато всякої праці, але найтяжчою працею, як орання та доглядання худоби тощо, здебільшого займався чоловік. А тепер забезпечити народ харчами, вона й тут заступає чоловіка, який замість плуга й коси взявся за зброю»	0	«Німецька жінка працює на перемогу. Батьківщина вимагає тотальної війни». «чоловіка, який замість плуга й коси взявся за зброю»	8	6

64.	Праця остарбайтерів (українських працівників Німеччині)	19/ «Молода українка прекрасно справляється з роботою на німецькій фабриці»		«Молода українка прекрасно справляється з роботою на німецькій фабриці»		00
65.		53/ «Українські робітниця працюють в Німеччині в одному державному маєткові біля Берліна при копанні картоплі»	4	«Українські робітниця працюють в Німеччині в одному державному маєткові біля Берліна при копанні картоплі»	4	00
66.		73/ «ЛОТИСЬКІ Й УКРАЇНСЬКІ РОБІТНИКИ В НІМЕЧЧИНІ». «Крім багатьох робітників-чоловіків з України і Латвії приїхало до Німеччини чимало жінок, щоб добровільно запропонувати німецькій промисловості свою робочу силу. Оцю українку, наприклад, керівник німецького промислового заводу вважає за сумлінну і пильну працівницю»	9	ЛОТИСЬКІ Й УКРАЇНСЬКІ РОБІТНИКИ В НІМЕЧЧИНІ». «Крім багатьох робітників-чоловіків з України і Латвії приїхало до Німеччини чимало жінок, щоб добровільно запропонувати німецькій промисловості свою робочу силу. Оцю українку, наприклад, керівник німецького промислового заводу вважає за сумлінну і пильну працівницю»	9/28	00
67.		74/ «ЛОТИСЬКІ Й УКРАЇНСЬКІ РОБІТНИКИ В НІМЕЧЧИНІ». «Скрізь в Райху латиські й українські робітники працюють добровільно не тільки на промислових заводах, але і в сільському господарстві. Під час свого дозвілля ці молоді українські робітниця розважаються своїми національними танцями»	7	«ЛОТИСЬКІ Й УКРАЇНСЬКІ РОБІТНИКИ В НІМЕЧЧИНІ». «Скрізь в Райху латиські й українські робітники працюють добровільно не тільки на промислових заводах, але і в сільському господарстві. Під час свого дозвілля ці молоді українські робітниця розважаються своїми національними танцями»	7	00
68.	Життя робітників у Райху	78/ «Так живе робітник у Райху. Ідеал і його здійснення». «Живучи в таких умовах і знаючи, що й їхнє майбутнє теж забезпечене – трудящі Райху безтурботно	6/27	«Так живе робітник у Райху. Ідеал і його здійснення». «Живучи в таких умовах і знаючи, що й їхнє майбутнє теж забезпечене – трудящі Райху безтурботно	6	00

		проводять своє дозвілля в чистих, світлих і просторих помешканнях великих робітничих осель»		проводять своє дозвілля в чистих, світлих і просторих помешканнях великих робітничих осель»		
69.	Подорож українців до Німеччини	20/ «Подорож до Німеччини» «Українську делегацію, яка подорожувала по Німеччині з науковою метою, у Вюрцбурзі зустрів Гаулейтер д-р Гельмут»	8	«Подорож до Німеччини» «Українську делегацію, яка подорожувала по Німеччині з науковою метою, у Вюрцбурзі зустрів Гаулейтер д-р Гельмут»	8	00
70.		21/ «В Нюрберзі делегація відвідала майстерню Нюраль А. Г., де українці побачили, на якій висоті в Німеччині перебуває навчання молоді спеціальностей»	0	«В Нюрберзі делегація відвідала майстерню Нюраль А. Г., де українці побачили, на якій висоті в Німеччині перебуває навчання молоді спеціальностей»	0	00
71.		22/ «В Мюнхені – головному місті Націонал-Соціалістичного руху наші земляки відвідали Зал Військових Керівників»	2	«В Мюнхені – головному місті Націонал-Соціалістичного руху наші земляки відвідали Зал Військових Керівників»	2	00
72.		23/ «Делегація в зразковому Мюнхенському зоопарку»		«Делегація в зразковому Мюнхенському зоопарку»		00
73.		24/ «Ввечері українці приємно відпочили в театрі «Вар'єте»»		«Ввечері українці приємно відпочили в театрі «Вар'єте»»		00
74.	Відпочинок остарбайтерів (українських працівників Німеччині) у	2/ «Як живуть і працюють українці в Німеччині» «Ганна Миколаївна Сидорчук працює в готелі Дрездена. У вільну годину вона з своїм 12-річним сином пише листа на Батьківщину» (26 слів/100%)	6	«живуть і працюють українці в Німеччині» «працює в готелі Дрездена». «У вільну годину» «пише листа на Батьківщину» (17 слів)	7	5,4
75.		8/ «Дозвілля робітниць зі Сходу, які працюють в Німеччині»		«Дозвілля робітниць зі Сходу, які працюють в Німеччині»		00
76.	Полонені	58/ «Англійських полонених виводять з		«Англійських полонених»		2,2

		виноградника, де вони були сховалися»				
77.		60/ «Протиударом знищили німецькі гренадири майже цілий баталін советів. Багато червоноармійців потрапило в полон»	3	«Протиударом знищили німецькі гренадири майже цілий баталін советів. Багато червоноармійців потрапило в полон»	3	00
78.	Міста і села	48/ «Білгород». «Назва цього міста часто появляється у воєнному звідомленні. Всякої долі зазнало це зруйноване місто, що за нього йшли запеклі бої зимою і весною 1943 року. У червні 1943 р. здобуття його дало змогу перейти через Донець»	9	«Білгород» «воєнному звідомленні». «Всякої долі зазнало це зруйноване місто, що за нього йшли запеклі бої зимою і весною».	8	6,1
79.	Пам'ятники та будівлі (початок)	11/ «Державна опера в Берліні»		«Державна опера в Берліні»		00
80.		25/ «Будування театру в столиці Рейху»		«Будування театру в столиці Рейху»	/	00
					12	
81.		34/ «Віки класичної, псевдокласичної та второваної на греко-римські архітектури минули. Новітній стиль будов визначається простотою ... Ані зайвих дорогих прикрас, ані прибудов чи надбудов, які не мають... значіння – в модерному будівництві ви не побачите. Усе тут практично виміряне й доцільно обмірковане. На нашій ілюстрації бачимо один із зразків ... будівництва – будинок Державного Закладу Асекурації Урядовців».	1	–		
82.	Пам'ятники та будівлі (продовження)	51/ «У столиці національ-соціалізму Мюнхені знаходиться Королівській майдан, у класичному стилі. Він поступово	4	столиці національ-соціалізму Мюнхені		2,5

		оформлювався від 1816 року, а тільки з 1935 року набрав гармонійного вигляду»				
83.		52/ Назва статті – «Експедиція по Німеччині. IV. Берлін». Підпис над фото – «Свідки історії Німецької культури»				5
84.		55/ «Державний театр на жандармській площі в Берліні. Особливо в теперішній час для відпочинку та піднесення духу відіграє велику роль театральне мистецтво»	1		5	1,4
85.		57/ «Експедиція по Німеччині. X. Данціг». «На фото: будинок Данцігського міського театру, відновленого завдяки турботам націонал-соціалістичного уряду. В його формі поєднан* краса і доцільність»	8/ 84	будинок Данцігського міського театру	/ 5	3,3
86.	РАЗОМ		846/ 00		091	9,1

Примітки:

*слова, що записано згідно з оригіналом.

АННОТОВАНИЙ ЗМІСТ

ЧАСТИНА 1 ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ КОРЕЛЯЦІЇ МЕДІА Й ТЕОРІЙ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Розділ 1.1. Концептуальні витoki вивчення соціальних комунікацій (історико-порівняльний аналіз)

Проблема вивчення полягає в тому, що на сучасному етапі розвитку наукової галузі «Соціальні комунікації» є неузгодженість позицій дослідників у тлумаченні концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій.

Метою дослідження є здійснення історико-порівняльного аналізу концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій.

Методологія дослідження. Серед загальних методів автор звернувся до трьох основних принципів діалектичного методу, а також – до загальнонаукових методів (*аналіз, метод синтезу, методу узагальнення, метод аналогії, методом моделювання*). До числа наукових методів, які були залучені в загальній методології, автор відніс методи емпіричного дослідження (*спостереження й опис*) та методи теоретичного дослідження (*формалізація й аксіоматичний метод*).

Результати дослідження. Автор визначив ті частини досліджуваної проблеми, які не є вивченими донині (пошук єдиної сталої концепції соціальних комунікацій як системи соціальних процесів, що пов'язані з уявленням про соціальні комунікації як соціальним інжинірингом; вивчення єдиної концепції соціальних комунікацій як інструменту соціального інжинірингу повинне пов'язуватися з триєдиним принципом реалізації соціального інжинірингу).

У статті автор визначив ті теорії й концепції, які опосередковано або безпосередньо створили підґрунття для формування уявлення про соціальні комунікації. Також здійснив історико-порівняльний аналіз концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій. З огляду на аналіз згаданих теорій і концепцій створив модель концептуальних витоків вивчення соціальних комунікацій.

Висновки. Автор встановив, що концептуальними витокami вивчення соціальних комунікацій варто вважати п'ятнадцять теорій (у тому числі, і концепцій), що об'єднані чотирма науковими галузями, а саме: «Філософія», «Соціологія», «Економіка» й «Соціальні комунікації».

Ключові слова: соціальні комунікації, соціальний інжиніринг, концептуальні витоки, теорії.

Розділ 1.2.

ТРАНСГРЕСИВНА ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ТЕОРІЇ ВАЛЕНТИНИ ІЛЬГАНАЄВОЇ

Стаття присвячена аналізу трансгресивної тенденції розвитку соціальних комунікацій у теорії В. Ільганаєвої. Вивчається доцільність диференційного й синтетичного підходів до аналізу явища «соціальні комунікації». За результатами дослідження автор пропонує розгалужувати формування теорій розвитку соціальних комунікацій як процесу на диференційний та синтетичний підходи. Із позицій синтетичного підходу до розвитку соціальних комунікацій як явища визнається «трансгресивний» підхід (у термінології В. Ільганаєвої).

Ключові слова: трансгресивна тенденція, соціальні комунікації, теорія Валентини Ільганаєвої.

Розділ 1.3.

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ІНТЕРДИСЦИПЛІНАРНА ОБЛАСТЬ: ПОГЛЯДИ ЮЗЕФА ПОДГУРЕЦЬКИ

Метою нашого дослідження було обрано визначення ролі й місця теоретичних поглядів Юзефа Подгурецьки в загальній теорії соціальних комунікацій.

Запропонувавши аналіз соціальної комунікації, Ю. Подгурецьки так і не довів свого логічного посилення щодо її інтердисциплінарного характеру, а залишився на позиціях психолога, який фрагментарно (несистемно) обговорює ідеї когнітивного дисбалансу, інтраверсії, екстраверсії, емпатії, інгратіації, трансгресії, маккіавелізму тощо.

Ключові слова: соціальна комунікація, інтердисциплінарна область, Юзеф Подгурецьки.

Розділ 1.4.

ІДЕЇ ПРО «ЕЛЕКТРИЧНИЙ БУМ» МАРШАЛЛА МАКЛУЕНА ЯК КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПІДҐРУНТЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

У дослідженні автор розглядає ідеї «електричного буму», запропоновані Маршалом Маклуеном, як такі, що можуть вважатися попередниками трансформації ідей сучасної теорії соціальних комунікацій. Метою дослідження є опис та упорядкування ідеї про «електричний бум» Маршалла Маклуена та доведення того, що вони відіграли провідну роль у трансформації положень сучасної теорії соціальних комунікацій.

Для цілеспрямованого й організованого сприйняття положень теорії «електричного буму» М. Маклуена ми звернулися до методу емпіричного дослідження, а саме – до методу спостереження. Крім того, нам знадобилося взяти на озброєння метод опису, завдяки якому вдалося зафіксувати результати спостереження за кореляцією ідей, висунутих М. Маклуеном, і тими ідеями, які становлять підґрунтя сучасної теорії соціальних комунікацій.

Проведене дослідження дозволило сформулювати такі висновки: якщо соціальні комунікації є породженням суспільства, то викривлення законів соціальних комунікацій, зміна таких законів трансформують суспільство; телебачення як артефакт і метареальність суспільства трансформує його завдяки соціальним комунікаціям. Було встановлено, що мас-медіа як штучно створена річ (артефакт) є міфотворцем, який творить метареальність завдяки новим правилам соціальних комунікацій. Автор встановив, що за законами комунікації, сформульовані М. Маклуеном («Кожний засіб розвиває певну функцію..., але інша функція старіє, зникає більш давня функція і переходить у протилежну форму...») соціальні комунікації трансформуються, розвиваючись, старіючи, переходячи в іншу форму.

Ключові слова: «електричний бум», М. Маклуен, соціальні комунікації, трансформація теорії, телебачення, артефакт.

Розділ 1.5.

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНЦІЯ В КОНЦЕПЦІЇ ДОСЛІДНИКІВ ВАШИНГТОНСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ (США)

У статті автор доводить думку про те, що соціальні комунікації можуть розглядатися як соціальна компетенція в концепції дослідників П. Кемпбелл, Дж. Сіперстейн, Н. Крайк, К. Додж із Вашингтонського університету (США). Застосування автором діалектичного методу дозволило аналізувати соціальні комунікації з позицій доміанти матеріального базису, який

передбачає наслідування основним принципам діалектики. Загальнонаукові методи аналізу, синтезу, абстрагування й узагальнення допомогли автору обрати методiku, яка була зосереджена на таких процедурах: здійснення аналізу історії проблеми; формулювання об'єкту й предмету, мети дослідження; детальний опис концепції соціальної компетенції, яка належить дослідникам Вашингтонського університету; виокремлення ідентифікаційних ознак згаданої концепції; формулювання висновків щодо результатів згаданого порівняння.

За результатами дослідження автор доходить висновку про те, що соціальна комунікація досліджує комунікаційну компетентність, або здатність до соціальних дій дітей, уражених як вродженими, так і соціально зумовленими порушеннями психіки, а також те, що соціальні комунікації розглядаються і в соціальній взаємодії дітей з аутизмом. Також автор встановив, що для зручності аналізу таких взаємодій дослідники Вашингтонської школи запропонували модель соціальнокомунікативної компетентності. Така модель слугує для вивчення соціальнокомунікаційної поведінки й аналізує дії, що відбивають здібності дитини до соціального пізнання й мови. Автори моделі соціальнокомунікативної компетентності вважають, що рівень соціальної компетентності дитини слід оцінювати в контексті соціально значущих форм поведінки. Встановлено також залежність ступеню опанування навичками соціальної комунікації від здійснення виконавчих функцій, якими є процеси прийняття рішення й планування, що виникають на початку отримання завдання або перед новим завданням для дітей з аутизмом.

Ключові слова: соціальні комунікації, соціальна компетенція, аутизм, Вашингтонська школа соціальної комунікації.

ЧАСТИНА 2

ЗВ'ЯЗОК МЕДІА ІЗ СОЦІАЛЬНИМ ІНЖИНІРИНГОМ

Розділ 2.1.

ПОСТУЛАТИ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ

(або специфіка формування концепцій соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій у працях Г. Почепцова, В. Різуна й О. Холода)

Проблема вивчення полягає в тому, що нині існує відчутна проблема формування методологічних підвалин дослідження процесів соціальних комунікацій в Україні (і світі також). Згадана проблема ґрунтується на різних поглядах представників Київської школи соціальних комунікацій Г. Почепцова й В. Різуна, що тягне за собою різні тлумачення, інтерпретації та розпорошує можливу єдність у формуванні єдиного концептуального теоретико-методологічного підходу до вивчення процесів соціальних комунікацій.

Метою дослідження є пошук спільного й розбіжного в концептуальних підходах згаданих дослідників до вивчення процесів соціального інжинірингу в межах наукової галузі «Соціальної комунікації», формулювання власної концепції й постулатів соціального інжинірингу.

Методи дослідження: опис, який допомагає зафіксувати значимі деталі концепцій трьох згаданих дослідників; метод аналогії, завдяки якому встановлюються подібності й розбіжності згаданих концепцій; метод аналізу й синтезу, що дозволило відповідно

розчленувати розуміння соціального інжинірингу на складові частини й з'єднати виділені для аналізу частини в єдину систему; метод узагальнення як встановлення загальних властивостей і ознак соціального інжинірингу; метод аналогії, який надав можливість знайти подібні й розбіжні ознаки в уявленнях трьох науковців про соціальні комунікації в межах наукової галузі «Соціальні комунікації».

Результати дослідження

Автор детально виклав основні положення концепцій соціального інжинірингу дослідників Г. Почепцова й В. Різуна, а також запропонував власне бачення соціального інжинірингу. За результатами порівняльного аналізу сформулював постулати соціального інжинірингу, які пропонує вважати аксіомами й орієнтуватися на них під час здійснення подальших досліджень фахівцями із соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій.

Висновки: результати дослідження дозволили констатувати, що концепції соціального інжинірингу, запропоновані Г. Почепцовим, В. Різуним й О. Холодом, мають більше спільного й мають можливість бути об'єднаними в постулатах соціального інжинірингу.

Ключові слова: соціальний інжиніринг, соціальні комунікації, Г. Почепцов, В. Різун, О. Холод, постулати соціального інжинірингу.

Розділ 2.2. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЙ СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ

Проблема вивчення полягає в тому, що нині існує відчутна проблема формування методологічних підвалин дослідження процесів соціальних комунікацій в Україні (і світі також). Згадана проблема ґрунтується на різних поглядах представників Київської школи соціальних комунікацій Г. Почепцова й В. Різуна, що тягне за собою різні тлумачення, інтерпретації та розпорошує можливу єдність у формуванні єдиного концептуального теоретико-методологічного підходу до вивчення процесів соціальних комунікацій.

Метою дослідження є пошук спільного й розбіжного в концептуальних підходах згаданих дослідників до вивчення процесів соціального інжинірингу в межах наукової галузі «Соціальної комунікації», формулювання власної концепції й постулатів соціального інжинірингу.

Методи дослідження: опис, який допомагає зафіксувати значимі деталі концепцій трьох згаданих дослідників; метод аналогії, завдяки якому встановлюються подібності й розбіжності згаданих концепцій; метод аналізу й синтезу, що дозволило відповідно розчленувати розуміння соціального інжинірингу на складові частини й з'єднати виділені для аналізу частини в єдину систему; метод узагальнення як встановлення загальних властивостей і ознак соціального інжинірингу; метод аналогії, який надав можливість знайти подібні й розбіжні ознаки в уявленнях трьох науковців про соціальні комунікації в межах наукової галузі «Соціальні комунікації».

Результати дослідження

Автор детально виклав основні положення концепцій соціального інжинірингу дослідників Г. Почепцова й В. Різуна, а також запропонував власне бачення соціального інжинірингу. За результатами порівняльного аналізу сформулював постулати соціального інжинірингу, які пропонує вважати аксіомами й орієнтуватися на них під час здійснення

подальших досліджень фахівцями із соціального інжинірингу, соціальних комунікацій і комунікаційних технологій.

Висновки: результати дослідження дозволили констатувати, що концепції соціального інжинірингу, запропоновані Г. Почепцовим, В. Різуном й О. Холодом, мають більше спільного й мають можливість бути об'єднаними в постулатах соціального інжинірингу.

Ключові слова: соціальний інжиніринг, соціальні комунікації, Г. Почепцов, В. Різун, О. Холод, постулати соціального інжинірингу.

ЧАСТИНА 3

ДОСЛІДЖЕННЯ МАСМЕДІА В СИСТЕМІ ТЕОРІЙ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Розділ 3.1.

Е-ДЕКЛАРОВАНА АГРЕССИЯ: РЕВОЛЮЦІЙНА ІНМУТАЦІЯ ТОВАРИСТВА

Метою дослідження було обрано вимір рівня кореляції вербальної агресії інтернет-читачів і даних електронного декларування доходів чиновників України (у період із 23 серпня по 7 листопада 2016 року).

Методи. У дослідженні були застосовані метод формалізації, аксіоматичний, статистичний метод, спостереження, описування, метод вимірювання.

Методика дослідження полягала в дотриманні таких процедур: здійснення спостереження за кореляцією між показниками рівня вербальної агресії (далі – ВА) читачів і фактами про електронне декларування (далі – ЕД), викладеними в журналістських матеріалах; встановлення фактів наявності / відсутності кореляції між показниками рівня ВА читачів і фактами про ЕД, викладеними в журналістських матеріалах; ідентифікація по місяцях 2016 року (серпень, вересень, жовтень, листопад) повідомлень-коментарів інтернет-читачів з приводу е-декларацій чиновників і встановлення динаміки змін в показниках вербальної «агресії» (роздратування, риторичні питання з елементами сарказму, сарказм, презирство).

Результати аналізу 52 текстів повідомлень-коментарів, зафіксованих нами, дозволили ідентифікувати ознаки агресивних текстів повідомлень-коментарів інтернет-читачів у відповідь на публікації журналістів про е-декларуванні доходів чиновників в Україні (у період із 23 серпня по 7 листопада 2016 року).

Висновки. Досліджена нами група інтернет-читачів зафіксувала досить високий рівень кореляції між їх вербальною агресією і даними електронного декларування доходів чиновників України (у період із 23 серпня по 7 листопада 2016 року), що відбило рівень соціальної напруги в Україні. Також відзначено: після того, як високий рівень вербальної агресії досяг свого піку в коментарях інтернет-читачів, на його зміну «прийшов» інший маркер вербальної агресії – сарказм, що змінився після закінчення процесу е-декларування презирством з боку інтернет-читачів.

Ключові слова: електронне декларування, інтернет-читачі, кореляція, вербальна агресія.

Розділ 3.2.

ТРАНСФОРМАЦІЯ «ІДЕОЛОГІЇ» УКРАЇНСЬКОЇ СІМ'Ї ПІД ВПЛИВОМ СОЦІАЛЬНИХ КАТАКЛІЗМІВ 2013-2015 РОКІВ В УКРАЇНІ

Мета дослідження: встановити рівень трансформації «ідеології» української родини під впливом соціальних катаклізмів останніх двох років (2013-2015) в Україні.

Методи дослідження: архівний метод (допоможе встановити відношення човнів українських сімей до соціальних катаклізмів в Україні за період 2013-2015 роки); контент-аналіз (одиниці аналізу – тема, образ; по діалогічним записам у соціальних мережах дозволить встановити ідеологічну складову членів української родини); метод опитування в формі стандартизованого анкетування 250 респондентів, які проживають в сім'ях в 10-ти містах України; кількісно-якісний аналіз, за допомогою якого з'явиться можливість встановити точне співвідношення тих членів сім'ї, які підтримували соціальні зміни і тих, які виступали проти таких змін в українському суспільстві.

Результати дослідження: було зафіксовано різні рівні трансформації «ідеології» української родини під впливом соціальних катаклізмів останніх двох років (2013–2015) в Україні.

Ключові слова: «ідеологія» української сім'ї, мас-медіа, трансформація, соціальні катаклізми, трагічні події в Україні 2013–2015 років.

Розділ 3.3.

Розділ 3.4.

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ В ПІДПИСАХ ПІД ФОТОГРАФІЯМИ (на прикладі газет Рейхскомісаріату «Україна» 1941–1944 років).

Проблема дослідження полягає у відсутності знань про конкретний перелік і якість психолінгвістичних інструментів інформаційно-психологічного впливу (ПІВ) у підписах під фотографіями (на прикладі фашистських газет Рейхскомісаріату «Україна»).

У статті автор ставить *мету* ідентифікувати, описати й класифікувати психолінгвістичні інструменти ПІВ в підписах під фотографіями, які були розміщені в газетах, що виходили в період із 1 вересня 1941 до 10 листопада 1944 року на території Рейхскомісаріату «Україна» (далі – РКУ) й фінансувалися фашистським режимом.

Дослідник звертається до таких *методів*: спостереження, класифікація, узагальнення, контент-аналіз, інтент-аналіз, кількісно-якісний метод.

У *ході дослідження* автор піддає аналізу 81 підпис під 85 фотографіями, опублікованими в газетах, що виходили в період із 1 вересня 1941 до 10 листопада 1944 року на території Рейхскомісаріату «Україна» й фінансувалися фашистським режимом. Критерії аналізу згаданих підписів спиралися на диференціацію самих зображень за тематикою й дозволили нам виокремити такі вісім груп: «Портрети», «Природа», «Військова техніка», «Групи людей», «Бій», «Німеччина», «Село», «Інші».

Висновки.

За результатами дослідження були сформульовані такі висновки:

1) поставлена мета (ідентифікувати, описати й класифікувати психолінгвістичні інструменти ПІВ у підписах під фотографіями, які були розміщені в газетах, що виходили в період із 1 вересня 1941 до 10 листопада 1944 року на території Рейхскомісаріату «Україна» й фінансувалися фашистським режимом) була досягнута повною мірою;

2) були описані й класифіковані на 8 груп (та 23 підгрупи) психолінгвістичні інструменти інформаційно-психологічного впливу в згаданих газетах РКУ;

3) встановлено, що в газетах РКУ найчастотнішими є психолінгвістичні інструменти інформаційно-психологічного впливу, які відносяться до груп «Німеччина» (9 підгруп) і «Інші» (6 підгруп).

Перспективою подальшого дослідження вважаємо опис і класифікацію інструментів інформаційно-психологічного впливу, які застосовувалися в газетах СРСР, які підпільно виходили на території РКУ у період від 1 вересня 1941 року до 10 листопада 1944 року.

Ключові слова: психолінгвістичні інструменти, Рейхскомісаріат «Україна», інформаційно-психологічний вплив, фотографії в газетах, підписи під фотографіями.

ANNOTATED CONTENT

Part 1

THEORETICAL BASIS OF CORRELATION MEDIA AND THEORIES OF SOCIAL COMMUNICATIONS

Partition 1.1.

Conceptual Origins Study of Social Communications (Historical and Comparative Analysis)

The problem of the study is that at the present stage of the scientific field of "social communication" is the inconsistency of positions of researchers in interpreting conceptual study of the origins of social communications.

The study is the implementation of historical and comparative analysis of the conceptual study of the origins of social communications.

Research methodology. Among the common methods dealt with three main principles of the dialectical method, and - to scientific methods (analysis, synthesis method, the method of synthesis, the method of analogy, simulation). Among the scientific methods that were involved in the overall methodology, carried by empirical research methods (observation and description) and methods of theoretical research (formalization and axiomatic method).

Research results. The author of the study identified those problems are not studied until now (search single was the concept of social communications as a system of social processes associated with the concept of social communication as a social engineering study of a single concept of social communications as a tool of social engineering should be associated Three Ones implementation of social engineering).

The author has identified those theories and concepts that are directly or indirectly created the basis for the formation of the social communication. Also made a historical and comparative analysis of the conceptual study of the origins of social communications. Considering the analysis of these theories and concepts created conceptual model study of the origins of social communications.

Conclusions. The author found that the conceptual study of the origins of social communication should be considered fifteen theories (including and concepts), which combined four scientific fields, namely: "Philosophy", "Sociology", "Economy" and "Social Communications".

Keywords: social communication, social engineering, conceptual origins theory.

Partition 1.2.

TRANSGRESIVE DEVELOPMENT TREND OF SOCIAL COMMUNICATIONS IN VALENTINA ILGANAIEVA'S THEORY

The problem of the study, according to the author, is the absence of a detailed analysis of the effects of, on the one hand, the differentiation of the various aspects of social communication, on the other hand, excessive unification into one "theoretical flow" of different conceptual paradigms, in terms of which the researchers explain the complexity and synthetic nature of social communication as a phenomenon.

The aim of the study was to analyze the transgressive tendencies of development of social communications in V. Ilganaeva's theory to identify the feasibility of differential and synthetic approaches to the analysis of the phenomenon of "social communication".

The object of research the author has chosen the theory of social communications V. Ilganaeva, the subject – transgressive trend of development of social communications, which are identified by these authors.

To implement this goal, the author applied to the two classification methods. General theoretical methods (the dialectical method), and general scientific (analysis, synthesis, abstraction, analogy, modeling) were applied on the first classification; on the second classification have been applied empirical (observation, description) and theoretical (axiomatic) methods.

The conclusions of the author states: based on V. Ilganaeva's the opinion of quoted and analyzed in the study, to be branching generation of social communications theories of development as a process: a differentiated campaign and synthetic approach.

By the author proposed a differentiated approach include four concepts (mentioned V. Ilganaeva), namely technocratic concept, interactional, linguistic, mass communicational.

By the synthetic approach, the authors took a systematic association of these concepts in their "species, symbiosis and complexes", according V. Ilganaeva.

The author proposes to take into account that the result of analysis from the standpoint of the synthetic approach to the development of social communications as

a phenomenon is becoming a "transgressive" approach (in the terminology of V. Ilganaeva), which "is based on the universal laws of life / existence / being biosocial systems in space."

Keywords: social communication, differentiated approach, synthetic approach, transgressive trend, V. Ilganaeva.

Partition 1.3.

SOCIAL COMMUNICATION AS INTERDISCIPLINARY AREA: VIEWS JOZEF PODHURETSKY.

The problem, we believe the end of knowledge about how to interpret social communication (social communication, by J. Podhuretsky): achievements or position only psychological science, whether from the perspective of social communication as interdisciplinary field.

The aim of our study was chosen definition of the role and place of theoretical views Jozef Podhuretsky in the general theory of social communications.

Research Methodology

Achieving this goal meant to the overall appeal (dialectical method), general (analysis, synthesis, abstraction, generalization, induction and deduction, analogy and classification) and scientific (empirical and theoretical) methods. Of the scientific (empirical) observation methods we have chosen as purposeful and organized perception of social communication theory proposed by Y. Podhuretsky. The method allowed the description to fix the results of our observation. Among the scientific (theoretical) methods helped us make research axiomatic method allowed to push position that does not require proof. This situation has allowed us to bring theses that form the axiomatic theory.

Conclusions. At baseline we had set the goal to determine the role and place of theoretical views Jozef Podhuretsky in the general theory of social communications. Stated objective we have achieved is not fully in that there are objective reasons, including lack of coherent main call verified and adopted by the Academic community general theory of social communications.

Part of the goal, which allows the state to achieve partial, is that:

1) researcher Yu Podhuretsky indeed declares interdisciplinary nature of social communication, but proves its declaration, referring to the psychological terms and concepts (the researcher believes the determining factors of social communication the term "communication" and "communication", offers highlight the following determinants of social communication as: regulatory functions of consciousness, cognitive equilibrium processes of assimilation and contrast, as elements of the installation structure of consciousness, etc.)

2) J. Podhuretsky in their arguments in favor of bringing thoughts of interdisciplinary character study of social communication refers to the theories authored by leading psychologists of the world (Festynher Leon – proponent of cognitive imbalance, F. Haider, who created the theory of stability productive units, changing attitudes and interpersonal perception; Olszewska-Kondratowicz A. – Polish psychologist, author of psychological dictionary; Norert Syllami – a psychologist and psychoanalyst, president of the association "Children and hope" by mental dictionary in 2 volumes);

3) offering analysis of social communication, Y. Podhuretsky has not proved its logical reference to its interdisciplinary nature, and remained in positions psychologist, and more – teacher-dydakta that fragmented (non-system) discusses the idea of cognitive imbalance introversion, extraversion, empathy , inhration, transgression, makkiavelizm etc.

4) if there today and interdisciplinary general theory of social communication, contribute Y. Podhuretsky in its basic position limited only segment of general and social psychology.

Keywords: social communication, interdisciplinary area Jozef Podhuretsky.

Partition 1.4.

IDEA OF "ELECTRIC BOOM" MARSHALL MCLUHAN AS THE CONCEPTUAL BASIS TRANSFORMATION THEORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS

In the study the author examines the idea of "electric boom" proposed by Marshall McLuhan as those which can be considered the precursors of the modern theory of the transformation of ideas of social communications. The aim of the study is to describe and organize the ideas about the "electric boom" M. McLuhan and proof that they have played a leading role in the transformation of the provisions of the modern theory of social communications.

For purposeful and organized perception of the provisions of the "electric boom" theory M. McLuhan, we turned to the method of empirical research – namely, the method of observation. In addition, we needed to adopt a description of the method by which managed to fix the results of observation of the correlation of ideas put forward by M. McLuhan, and the ideas that form the basis of the modern theory of social communications.

The study allowed the following conclusions: if social communication are the product of society, the curvature of the social communications laws change such laws will transform society; TV as an artifact and transforms it materiality society through social communications. It was found that the mass media as an artificially created

entity (artifact) are mythmaker who creates materiality thanks to the new rules of social communications. The author found that the communication law formulated by M. McLuhan ("Every means developing a specific function ... but different function aging, fading more ancient function and moves in the opposite form...") transformed social communication, developing, aging, moving into another form.

Key words: "electric boom", M. McLuhan, social communication, transformation theory, television, artifact.

Partition 1.5.

SOCIAL COMMUNICATIONS HOW SOCIAL COMPETENCE IN THE CONCEPT OF RESEARCHERS UNIVERSITY OF WASHINGTON (USA)

The author proves the idea that social communication may be regarded as social competence in the concept of researchers P. Campbell, J. Sipersteyn, H. Craik, K. Dodge of the University of Washington (USA). The use of the dialectical method has allowed the author to analyze social communication with the position of the dominant material basis, which includes adherence to the basic principles of dialectics. General scientific methods of analysis, synthesis, abstraction and generalization helped the author to choose a methodology that has been focused on these procedures: implementation analysis of the history of the problem; the wording of the object and the subject, purpose of the study; a detailed description of the concept of social competence, which is owned by researchers at Washington University; allocation of identification features of this concept; formulation of conclusions based on the results of said comparison.

According to the study, the author concludes that social communication explores communication competence, or the ability of the social actions of children affected by both innate and socially determined mental disorders, as well as the fact that social communications are considered in the social interaction of children with autism. The author also found that for the convenience of the analysis of such interactions, researchers proposed a model of the Washington School social communicative competence. This model is used to study and analyze the behavior social communicative action, reflecting the ability of the child to social cognition and speech. The author's model social communicative competence believes that the level of social competence of the child should be evaluated in the context of socially significant behaviors. The dependence of the degree of mastery of the skills of social communication on the implementation of executive function, which is the process of decision-making and planning, you start getting the job or face a new challenge for children with autism.

Keywords: social communication, social competence, autism, Washington School of Social Communication.

PART 2

COMMUNICATION OF MEDIA AND SOCIAL ENGINEERING

POSTULATES OF SOCIAL ENGINEERING

(or the specifics of the formation of the concepts of social engineering, social communications and communication technologies in the works of G. Pocheptsov, V. Rizun and A. Kholod).

Studying the problem is that there is now a palpable problem of formation of the methodological foundations of the study of processes of social communications in Ukraine (and the world too). Said problem is based on the different views of representatives of the Kyiv School of Social Communication G. Pocheptsova and V. Rizun that entails different interpretations, the interpretation and spray formation of a unified conceptual methodological approach to the study of processes of social communications.

The aim of the study is to find similarities and differences in conceptual approaches mentioned researchers to study social engineering processes in the "Social Communication" scientific branch, the wording of its own concepts and postulates of social engineering.

Methods: a description that helps to fix the significant details of the three concepts mentioned researchers; analogy method by which established the similarities and differences of these concepts; method of analysis and synthesis, respectively, which allowed the understanding of social engineering to divide into its constituent parts and to connect to the selected part of the analysis in a single system; method of generalization as to establish the general properties and characteristics of social engineering; analogy method, which provided an opportunity to find similar and distinctive features in the representations of three scientists of social communication in the scientific field of "social communication".

Results of the study

The author detailed the basic concept of social engineering researchers G. Pocheptsova and V. Rizun and offered his vision of social engineering. According to the results of the comparative analysis formulated the postulates of social engineering, which would take the axioms and be guided by them in carrying out further research experts in social engineering, social communications and communication technologies.

Conclusions: The results of the study made it possible to state that the social engineering concept, proposed by G. Pocheptsova, V. Rizun and A. Kholod, have more in common and have the opportunity to be united in the postulates of social engineering.

Keywords: social engineering, social communications, G. Pocheptsov V. Rizun, A. Kholod, social engineering postulates.

Partition 2.2. FORMATION OF CONCEPTS SOCIAL ENGINEERING

The problem of studying is that there is now a tangible problem of the formation of methodological bases for researching the processes of social communications in Ukraine (and the world too). This problem is based on the different views of the representatives of the Kiev School of Social Communications G. Pocheptsov, V. Rizun and A. Kholod, which entails various interpretations and interpretations and sprays possible unity in the formation of a conceptual theoretical and methodological approach to the study of social communication processes.

The aim of the research is to find common and different in the conceptual approaches of the mentioned researchers to the study of the processes of social engineering in the scientific field "Social Communications", the formulation of its own concept and postulates of social engineering.

Research methods: a description that helps to capture significant details of the concepts of the three researchers mentioned; The method of analogy, through which the similarities and differences of the above concepts are established; Method of analysis and synthesis, which made it possible to dismember the understanding of social engineering into component parts and to connect the parts selected for analysis into a single system; Method of generalization as an establishment of general properties and signs of social engineering; Method of analogy, which provided an opportunity to find similar and distinctive features in the representations of three scientists on social communications in the scientific field "Social Communications".

Results of the study

The author outlined the main provisions of the social engineering concepts of the researchers G. Pocheptsov, V. Rizun and A. Kholod, and also offered his vision of social engineering. Based on the results of the comparative analysis, he formulated the postulates of social engineering, which he proposes to regard as axioms and orientate on them when carrying out further research by specialists in social engineering, social communications and communication technologies.

Conclusions: the results of the research made it possible to state that the concepts of social engineering proposed by G. Pocheptsov, V. Rizun and A. Kholod have more in common and can be combined in the postulates of social engineering.

Key words: social engineering, social communications, G. Pocheptsov, V. Rizun, A. Kholod, postulates of social engineering.

PART 3
STUDY OF MASS MEDIA
IN THE THEORIES OF SOCIAL COMMUNICATIONS

Partition 3.1.
E-DECLARED AGGRESSION:
THE REVOLUTIONARY INSULATION OF THE COMPANY

After the publication of the results of the Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine Regarding the Specifics of Submission of Declarations on Property, Income, Expenses and Financial Responsibilities in 2016 by Officials" under the heading "Comments" posted on electronic versions of newspapers and magazines, On the websites of Internet publications popular in Ukraine, as well as in social networks "Facebook", "VKontakte", "Classmates", "Twitter" appeared comments of users under the materials Journalists who analyze in detail the electronic declarations of officials. The problem is that users of social networks after getting acquainted with the texts of journalists informing about the incomes of officials who had electronically declared their income for 2015, intensified their comments. In the latter, quite often there are markers of verbal aggression (for example, obscene words-estimates, for example: "bastards", "fagots", "member", "whores" and under, a quantitative increase in lexicon containing aggressive consonants). Aggressive consonants, or sound recordings, according to AV Zhuravlev, we were called in working order by those who "do not like" the subjects. We attribute to aggressive consonants, in working order, such combinations of consonants (consonant sounds), which are defined by the test subjects as those that "do not like". In the study we conducted earlier, the subjects performed the task of identifying sound bugs as "popular" and "non-nourishing", "pleasant" and "unpleasant." To the number of such sound bugs, the test subjects included the following unpronounceable combinations of consonant sounds, expressed in letters: [ЖЦГК], [ФХР], [РСО], [ЖР], [КПНУ], [ШТП], [НЧ], [ФГВИ], [ЖЦГ], [ЩД], [ХП].

The purpose of the study was to measure the correlation level of the verbal aggression of Internet readers and the data on the electronic declaration of incomes of Ukrainian officials (from August 23 to November 7, 2016).

The study used a formalization method, an axiomatic method, a statistical method, observation, description, and a measurement method. The research method consisted in following such procedures: observing the correlation between the level of verbal aggression of readers and the facts about e-declaration stated in journalistic materials; The establishment of the facts of the presence / absence of correlation between the indicators of the level of verbal aggression of readers and the facts about

e-declaration, stated in journalistic materials; Identification by month of 2016 (August, September, October, November) of Internet commentaries about e-declarations of officials and establishing the dynamics of changes in the indicators of verbal "aggression" (irritation, rhetorical questions with elements of sarcasm, sarcasm, contempt).

The results of the analysis of the 52 texts of the message-comments recorded by us made it possible to identify signs of aggressive texts of Internet comment messages in response to the journalists' publications about e-declaration of incomes of officials in Ukraine (from August 23 to November 7, 2016).

Based on the results of the study, conclusions were drawn that the group of Internet readers studied by us had recorded a high level of correlation between their verbal aggression and the data of the electronic declaration of incomes of Ukrainian officials (from August 23 to November 7, 2016), which reflected the level of social tension in Ukraine. It was also noted that after the high level of verbal aggression reached its peak in the comments of Internet readers, another marker of verbal aggression "came" to replace it, sarcasm that was replaced after the e-declaration process by contempt from the Internet readers.

Keywords: electronic declaration, online readers correlation, verbal aggression.

Partition 3.2.

TRANSFORMATION OF "IDEOLOGY" OF UKRAINIAN FAMILY UNDER INFLUENCE OF SOCIAL CATAclysms 2013-2015 IN UKRAINE

A research problem consists of that today sociologists spare insufficient attention to the study of processes of transformation of social institute of Ukrainian family, what be going on in the last three years in Ukraine under influence of social cataclysms (revolution on Maidan, shooting of protesting on February, 18–20, 2014 in Kyiv; undeclared Russian-Ukrainian war on East of Ukraine, begun with February, 28, 2014 and incessant until now).

As transformation changes of institute of family have influence on a structure and quality of social actions, co-operations and relations, it is necessary deeper and more detailed to study him with the purpose of prevention of negative processes expecting Ukrainian society in the future.

Research aim: to set the level of transformation of "ideology" of Ukrainian family under influence of social cataclysms of the last years (2013–2015) in Ukraine.

Methods: Archival method (will help to establish the ratio of canoes Ukrainian families to social upheavals in Ukraine for the period 2013–2015); content analysis (the unit of analysis - the theme, image, on dialogic accounts in social networks allow you to set the ideological component of the Ukrainian family members); survey

method in the form of a standardized questionnaire of 250 respondents living in households in the 10 cities of Ukraine; quantitative and qualitative analysis, through which it will be possible to establish the exact relationship of the family members who support social change and those who opposed such changes in Ukrainian society.

Results of research: fixing of different levels of transformation of "ideology" of Ukrainian family under influence of social cataclysms of the last years (2013–2015) in Ukraine.

Keywords: "ideology" Ukrainian family, media, transformation, social cataclysms, the tragic events in Ukraine 2013–2015's.

Partition 3.4.

PSYCHOLINGUISTIC TOOLS OF INFORMATION-PSYCHOLOGICAL INFLUENCE IN SIGNATURES UNDER PICTURES (for example newspapers Reichcommissariat "Ukraine" 1941–1944)

Study of the problem is the lack of knowledge about a specific list and a psycholinguistic tools of information and psychological impact (IPI) in the captions under the pictures (for example, Reichcommissariat "Ukraine" newspaper).

The author *aims* to identify, describe and classify psycholinguistic IPV tools captions under the photos that have been posted in the newspaper published in the period from 1 September 1941 to 10 November 1944 in the territory of Reichcommissariat "Ukraine" (hereinafter – RCU) and funded by the fascist mode.

The researcher refers to such methods: observation, classification, generalization, content analysis, intent analysis, quantitative and qualitative methods.

In the study, the author analyzes the 81 signature on the 85 photographs published in a newspaper published in the period from 1 September 1941 to 10 November 1944 in the territory of Reichcommissariat "Ukraine" and funded by the fascist regime. said signature analysis criteria were based on the differentiation of the images themselves on the subject and allowed us to identify the following eight groups: "Portraits", "Nature", "Military equipment", "Groups of people", "Fight", "Germany", "The Village", "Other".

Conclusions.

According to research the following conclusions were made:

1) the goal (to identify, describe and classify psycholinguistic tools IPV in the captions under the photos that have been posted in the newspaper published in the period from 1 September 1941 to 10 November 1944 in the territory of Reichcommissariat "Ukraine" and funded by the fascist regime) has been achieved entirely;

2) have been described and classified into 8 groups (with 23 sub-groups) psycholinguistic tools of information and psychological impact in these newspapers CGS;

3) found that in the newspapers CGS frequency psycholinguistic tools are information and psychological impacts that relate to groups of "Germany" (9 subgroups) and "Other" (6 subgroups).

Prospects for further studies consider the description and classification of information and psychological impact of tools that were used in the papers of the USSR, underground withdrawal in CGS in the period from 1 September 1941 to 10 November 1944.

Keywords: psycholinguistic tools Reichskommissariat "Ukraine" information-psychological influence, photos in newspapers, signed the photos.

АННОТИРОВАННОЕ СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОСНОВАНИЕ КОРРЕЛЯЦИИ МЕДИА И ТЕОРИЙ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Роздел 1.1.

Концептуальные истоки изучения социальных коммуникаций (историко-сравнительный анализ)

Автор определил теории, которые можно считать основой для формирования представления о социальных коммуникациях. Установил, что концептуальными истоками изучения социальных коммуникаций следует считать пятнадцать теорий, объединенных четырьмя научными отраслями, а именно: «Философия», «Социология», «Экономика» и «Социальные коммуникации».

Ключевые слова: социальные коммуникации, социальный инжиниринг, концептуальные истоки, теории.

Раздел 1.2.

ТРАНСГРЕССИВНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ТЕОРИИ ВАЛЕНТИНЫ ИЛЬГАНАЕВОЙ

Статья посвящена анализу трансгрессивной тенденции развития социальных коммуникаций в теории В. Ильганаевой. Изучается целесообразность дифференцированного и синтетического подходов к анализу явления «социальные коммуникации». По результатам исследования автор предлагает разделять формирование теорий развития социальных коммуникаций как процесса на дифференциальный и синтетический подходы. С позиций синтетического подхода к развитию социальных коммуникаций как явления признается «трансгрессивный» подход (в терминологии В. Ильганаевой).

Ключевые слова: трансгрессивная тенденция, социальные коммуникации, теория Валентины Ильганаевой.

Раздел 1.3. СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ОБЛАСТЬ: МНЕНИЯ ЮЗЕФ ПОДГУРЕЦКИ

Целью нашего исследования было выбрано определение роли и места теоретических взглядов Юзефа Подгурецки в общей теории социальных коммуникаций.

Предложив анализ социальной коммуникации, Ю. Подгурецки так и не доказал своего логического ссылаки по ее интердисциплинарного характера, а остался на позициях психолога, фрагментарно (системно) обсуждает идеи когнитивного дисбаланса, интраверсия, экстраверсии, эмпатии, инградации, трансгрессии, маккиавелизму тому подобное.

Ключевые слова: социальная коммуникация, интердисциплинарная область, Юзеф Подгурецки.

Раздел 1.4. ИДЕИ ОБ «ЭЛЕКТРИЧЕСКОМ БУМЕ» МАРШАЛЛА МАКЛЮЭНА КАК КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ БАЗА ДЛЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В исследовании автор рассматривает идеи «электрического бума», предложенные Маршалом Маклюэном, как такие, которые могут считаться предшественниками трансформации идей современной теории социальных коммуникаций. Целью исследования является описание и упорядочивание идеи про «электрический бум» М. Маклюэна и доказательство того, что они сыграли ведущую роль в трансформации положений современной теории социальных коммуникаций.

Для целенаправленного и организованного восприятия положений теории «электрического бума» М. Маклюэна мы обратились к методу эмпирического исследования, а именно – к методу наблюдения. Кроме того, нам понадобилось взять на вооружение метод описания, благодаря которому удалось зафиксировать результаты наблюдения за корреляцией идей, выдвинутых М. Маклюэном, и теми идеями, которые составляют основу современной теории социальных коммуникаций.

Проведенное исследование позволило сформулировать следующие выводы: если социальные коммуникации являются порождением общества, то искривление законов социальных коммуникаций, изменение таких законов

трансформірує суспільство; телебачення як артефакт і метареальність суспільства трансформірує його завдяки соціальним комунікаціям. Було встановлено, що мас-медіа як штучно створена річ (артефакт) є міфотворцем, який творить метареальність завдяки новим правилам соціальних комунікацій. Автор встановив, що за законами комунікації, сформульованими М. Маклюэном («Кожне засіб розвиває певну функцію ..., але інша функція старіє, зникає більш давня функція і переходить в протилежну форму...») соціальні комунікації трансформіруються, розвиваючись, старіючи, переходячи в іншу форму.

Ключові слова: «електричний бум», М. Маклюэн, соціальні комунікації, трансформація теорії, телебачення, артефакт.

Розділ 1.5.

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНЦІЯ В КОНЦЕПЦІЇ ІССЛЕДОВАТЕЛІВ ВАШІНГТОНСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ (США)

В статті автор доводить думку про те, що соціальні комунікації можуть розглядатися як соціальна компетенція в концепції дослідників П. Кемпбелл, Дж. Сіперстейн, Н. Крайк, К. Додж з Вашингтонського університету (США). Застосування автором діалектичного методу дозволило аналізувати соціальні комунікації з позицій домінуючої матеріальної бази, який передбачає дотримання основних принципів діалектики. Загальнонаукові методи аналізу, синтезу, абстрагування і узагальнення допомогли автору вибрати методологію, яка була зосереджена на таких процедурах: виконання аналізу історії проблеми; формулювання об'єкта і предмету, цілей дослідження; детальне описання концепції соціальної компетенції, яка належить дослідникам Вашингтонського університету; виділення ідентифікаційних ознак даної концепції; формулювання висновків за результатами згаданого порівняння.

За результатами дослідження автор дійшов до висновку про те, що соціальна комунікація досліджує комунікаційну компетентність, або здатність до соціальних дій дітей, пошкоджених як вродженими, так і соціально обумовленими порушеннями психіки, а також те, що соціальні комунікації розглядаються і в соціальному взаємодії дітей з аутизмом. Також автор встановив, що для зручності аналізу таких взаємодій дослідники Вашингтонської школи запропонували модель соціальнокомунікативної компетентності. Така модель служить для

изучения социальнокоммуникационного поведения и анализирует действия, отражающие способности ребенка к социальному познанию и речи. Авторы модели социальнокоммуникативной компетентности считают, что уровень социальной компетентности ребенка следует оценивать в контексте социально значимых форм поведения. Установлено также зависимость степени овладения навыками социальной коммуникации от осуществления исполнительных функций, которыми являются процессы принятия решения и планирования, при запуске получения задания или перед новой задачей для детей с аутизмом.

Ключевые слова: социальные коммуникации, социальная компетенция, аутизм, Вашингтонская школа социальной коммуникации.

ЧАСТЬ 2 СВЯЗЬ МЕДИА И СОЦИАЛЬНОГО ИНЖИНИРИНГА

Роздел 2.1.

ПОСТУЛАТЫ СОЦИАЛЬНОГО ИНЖИНИРИНГА

(или специфика формирования концепций социального инжиниринга, социальных коммуникаций и коммуникационных технологий в трудах Г. Почепцова, В. Ризуна и А. Холода).

Проблема изучения заключается в том, что сейчас существует ощутимая проблема формирования методологических основ исследования процессов социальных коммуникаций в Украине (и мире тоже). Упомянутая проблема основывается на различных взглядах представителей Киевской школы социальных коммуникаций Г. Почепцова и В. Ризуна, что влечет за собой различные толкования, интерпретации и распыляет формирование единого концептуального методологического подхода к изучению процессов социальных коммуникаций.

Целью исследования является поиск общего и различного в концептуальных подходах упомянутых исследователей к изучению процессов социального инжиниринга в научной отрасли «Социальные коммуникации», формулировка собственной концепции и постулатов социального инжиниринга.

Методы исследования: описание, которое помогает зафиксировать значимые детали концепций трех упомянутых исследователей; метод аналогии, благодаря которому устанавливаются сходства и различия упомянутых концепций; метод анализа и синтеза, что позволило соответственно расчленить понимание социального инжиниринга на составные части и соединить

выделенные для анализа части в единую систему; метод обобщения как установление общих свойств и признаков социального инжиниринга; метод аналогии, который предоставил возможность найти подобные и отличительные признаки в представлениях трех ученых о социальных коммуникации в научной области «Социальные коммуникации».

Результаты исследования

Автор подробно изложил основные положения концепций социального инжиниринга исследователей Г. Почепцова и В. Ризуна, а также предложил свое видение социального инжиниринга. По результатам сравнительного анализа сформулировал постулаты социального инжиниринга, которые предлагает считать аксиомами и ориентироваться на них при осуществлении дальнейших исследований специалистами по социальному инжинирингу, социальным коммуникациям и коммуникационным технологиям.

Выводы: результаты исследования позволили констатировать, что концепции социального инжиниринга, предложенные Г. Почепцовым, В. Ризуном и А. Холодом, имеют больше общего и имеют возможность быть объединенными в постулатах социального инжиниринга.

Ключевые слова: социальный инжиниринг, социальные коммуникации, Г. Почепцов, В. Ризун, А. Холод, постулаты социального инжиниринга.

Раздел 2.2.

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИЙ СОЦИАЛЬНОГО ИНЖИНИРИНГА

Проблема изучения заключается в том, что сейчас существует осязаемая проблема формирования методологических основ исследования процессов социальных коммуникаций в Украине (и мире тоже). Упомянутая проблема основывается на различных взглядах представителей Киевской школы социальных коммуникаций Г. Почепцова, В. Ризуна и А. Холода, что влечет за собой различные толкования, интерпретации и расплывает возможное единство в формировании концептуального теоретико-методологического подхода к изучению процессов социальных коммуникаций.

Целью исследования является поиск общего и различного в концептуальных подходах упомянутых исследователей к изучению процессов социального инжиниринга в научной отрасли «Социальные коммуникации», формулировка собственной концепции и постулатов социального инжиниринга.

Методы исследования: описание, которое помогает зафиксировать значимые детали концепций трех упомянутых исследователей; метод аналогии, благодаря которому устанавливаются сходства и различия упомянутых

концепцій; метод аналізу і синтезу, що дозволило расчленить понимание социального инжиниринга на составные части и соединить выделенные для анализа части в единую систему; метод обобщения как установление общих свойств и признаков социального инжиниринга; метод аналогии, который предоставил возможность найти похожие и отличительные признаки в представлениях трех ученых о социальных коммуникации в научной области «Социальные коммуникации».

Результаты исследования

Автор подробно изложил основные положения концепций социального инжиниринга исследователей Г. Почепцова, В. Ризуна и А. Холода, а также предложил свое видение социального инжиниринга. По результатам сравнительного анализа сформулировал постулаты социального инжиниринга, которые предлагает считать аксиомами и ориентироваться на них при осуществлении дальнейших исследований специалистами по социальному инжинирингу, социальных коммуникаций и коммуникационных технологий.

Выводы: результаты исследования позволили констатировать, что концепции социального инжиниринга, предложенные Г. Почепцовым, В. Ризуном и А. Холодом, имеют больше общего и могут быть объединены в постулатах социального инжиниринга.

Ключевые слова: социальный инжиниринг, социальные коммуникации, Г. Почепцов, В. Ризун, А. Холод, постулаты социального инжиниринга.

ЧАСТЬ 3 ИССЛЕДОВАНИЕ МАССМЕДИА В СИСТЕМЕ ТЕОРИЙ СОЦИАЛЬНЫХ КОМУНІКАЦІЙ

Раздел 3.1. Е-ДЕКЛАРИРОВАННАЯ АГРЕССИЯ: РЕВОЛЮЦИОННАЯ ИНМУТАЦИЯ ОБЩЕСТВА

После обнародования результатов действия Закона Украины «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно особенностей представления должностными лицами деклараций об имуществе, доходах, расходах и обязательствах финансового характера в 2016 году» в рубрике «Комментарии», размещенной на сайтах электронных версий газет и журналов, на сайтах интернет-изданий, популярных в Украине, а также в социальных сетях «Фейсбук», «ВКонтакте», «Одноклассники», «Твиттер» появились комментарии пользователей под материалами журналистов,

детально аналізуючих електронні декларації чиновників. Проблема состоит в том, что пользователи социальных сетей после ознакомления с текстами журналистов, информирующих о доходах чиновников, которые осуществили электронное декларирование своих доходов за 2015 год, активизировали свои комментарии. В последних достаточно часто встречаются маркеры вербальной агрессии (например, нецензурные слова-оценки, например: «ублюдки», «пидоры», «членососы», «бляди» и под.; количественное увеличение лексики, содержащей *агрессивные консонанты*). Агрессивными консонантами, или звукобуквами, согласно А. В. Журавлёву, мы в рабочем порядке назвали те, которые «не нравятся» испытуемым. К агрессивным консонантам мы относим, в рабочем порядке, такие сочетания консонант (согласных звуков), которые определены испытуемыми как те, что «не нравятся». В исследовании, проведенном нами ранее, испытуемые выполняли задание по идентификации звукобукв как «нравящихся» и «нравящихся», «приятных» и «неприятных». К числу таких звукобукв испытуемыми были отнесены следующие труднопроизносимые сочетания согласных звуков, выраженных на письме буквами: [ЖЦГК], [ФХР], [РСО], [ЖР], [КПНУ], [ШТП], [НЧ], [ФГВИ], [ЖЦГ], [ЩД], [ХП].

Целью исследования было избрано измерение уровня корреляции вербальной агрессии интернет-читателей и данных электронного декларирования доходов чиновников Украины (в период с 23 августа по 7 ноября 2016 года).

В исследовании были применены метод формализации, аксиоматический, статистический метод, наблюдение, описывание, метод измерения. Методика исследования состояла в следовании таким процедурам: осуществление наблюдения за корреляцией между показателями уровня вербальной агрессии читателей и фактами про э-декларирование, изложенными в журналистских материалах; установление фактов наличия/отсутствия корреляции между показателями уровня вербальной агрессии читателей и фактами про э-декларирование, изложенными в журналистских материалах; идентификация по месяцам 2016 года (август, сентябрь, октябрь, ноябрь) сообщений-комментариев интернет-читателей по поводу э-деклараций чиновников и установление динамики изменений в показателях вербальной «агрессии» (раздражение, риторические вопросы с элементами сарказма, сарказм, презрение).

Результаты анализа 52 текстов сообщений-комментариев, зафиксированных нами, позволили идентифицировать признаки агрессивных текстов сообщений-комментариев интернет-читателей в ответ на публикации журналистов об э-декларировании доходов чиновников в Украине (в период с 23 августа по 7 ноября 2016 года).

По результатам изучения были сформулированы выводы о том, что исследованная нами группа интернет-читателей зафиксировала высокий уровень корреляции между их вербальной агрессией и данными электронного декларирования доходов чиновников Украины (в период с 23 августа по 7 ноября 2016 года), что отразило уровень социального напряжения в Украине. Также отмечено: после того, как высокий уровень вербальной агрессии достиг своего пика в комментариях интернет-читателей, на его смену «пришел» другой маркер вербальной агрессии – сарказм, сменившийся после окончания процесса э-декларирования презрением со стороны интернет-читателей.

Ключевые слова: электронное декларирование, интернет-читатели, корреляция, вербальная агрессия.

Раздел 3.2.

ТРАНСФОРМАЦИЯ «ИДЕОЛОГИИ» УКРАИНСКОЙ СЕМЬИ ПОД ВЛИЯНИЕМ ОСВЕЩЕННЫХ В МАСС-МЕДИА СОЦИАЛЬНЫХ КАТАКЛИЗМОВ 2013–2015 ГОДОВ В УКРАИНЕ

Цель исследования: установить уровень трансформации «идеологии» украинской семьи под влиянием социальных катаклизмов последних двух лет (2013–2015) в Украине.

Методы исследования: архивный метод (поможет установить отношение членов украинских семей к социальным катаклизмам в Украине за период 2013–2015 годы); контент-анализ (единицы анализа – тема, образ; по диалогическим записям в социальных сетях позволит установить идеологическую составляющую членов украинской семьи); метод опроса в форме стандартизованного анкетирования 250 респондентов, проживающих в семьях в 10-ти городах Украины; количественно-качественный анализ, с помощью которого появится возможность установить точное соотношение тех членов семьи, которые поддерживали социальные изменения и тех, которые выступали против таких изменений в украинском обществе.

Результаты исследования: фиксация разных уровней трансформации «идеологии» украинской семьи под влиянием социальных катаклизмов последних двух лет (2013–2015) в Украине.

Ключевые слова: «идеология» украинской семьи, масс-медиа, трансформация, социальные катаклизмы, трагические события в Украине 2013–2015 годов.

Раздел 3.4.

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПОДПИСЯХ ПОД ФОТОГРАФИЯМИ

(на примере газет Рейхскомиссариата «Украина» 1941–1944 годов)

Проблема исследования заключается в отсутствии знаний о конкретном перечне и качестве психолингвистических инструментов информационно-психологического воздействия (ИПВ) в подписях под фотографиями (на примере газет Рейхскомиссариата «Украина»).

В статье автор ставит *цель* идентифицировать, описать и классифицировать психолингвистические инструменты ИПВ в подписях под фотографиями, которые были размещены в газетах, выходивших в период с 1 сентября 1941 по 10 ноября 1944 года на территории Рейхскомиссариата «Украина» (далее - СКУ) и финансировались фашистским режимом.

Исследователь обращается к таким *методам*: наблюдение, классификация, обобщение, контент-анализ, интент-анализ, количественно-качественный метод.

В *ходе исследования* автор подвергает анализу 81 подпись под 85 фотографиями, опубликованными в газетах, выходивших в период с 1 сентября 1941 по 10 ноября 1944 года на территории Рейхскомиссариата «Украина» и финансируемых фашистским режимом. Критерии анализа упомянутых подписей опирались на дифференциацию самих изображений по тематике и позволили нам выделить следующие восемь групп: «Портреты», «Природа», «Военная техника», «Группы людей», «Бой», «Германия», «Деревня», «Другие».

Выводы.

По результатам исследования были сформулированы следующие выводы:

1) поставленная цель (идентифицировать, описать и классифицировать психолингвистические инструменты ИПВ в подписях под фотографиями, которые были размещены в газетах, выходивших в период с 1 сентября 1941 по 10 ноября 1944 года на территории Рейхскомиссариата «Украина» и финансировались фашистским режимом) была достигнута полностью;

2) были описаны и классифицированы на 8 групп (и 23 подгруппы) психолингвистические инструменты информационно-психологического воздействия в упомянутых газетах РКУ;

3) установлено, что в газетах РКУ частотными являются психолингвистические инструменты информационно-психологического

воздействия, которые относятся к группам «Германия» (9 подгрупп) и «Другие» (6 подгрупп).

Перспективой дальнейшего исследования считаем описание и классификацию инструментов информационно-психологического воздействия, которые применялись в газетах СССР, подпольно выходивших на территории РКУ в период с 1 сентября 1941 года по 10 ноября 1944 года.

Ключевые слова: психолингвистические инструменты, Рейхскомиссариат «Украина», информационно-психологическое воздействие, фотографии в газетах, подписи под фотографиями.

Наукове видання

Українською й російською мовами

Холод Олександр Михайлович

Медіа й теорії соціальних комунікацій

Монографія

X 73 Холод О.

Медіа й теорії соціальних комунікацій : монографія / О. Холод. – К.: Видавничий центр ВНЗ «Інститут реклами», 2017. – 409 с.

ISBN 978-966-8299-51-1

Монографія складається з трьох частин. У першій частині мова йде про теоретичне підґрунтя кореляції медіа й теорій соціальних комунікацій. Другу частину автор присвятив висвітленню результатів аналізу зв'язку медіа із соціальним інжинірингом. У третій частині подано опис результатів дослідження масмедіа в системі теорій соціальних комунікацій.

Книга буде цікавою фахівцям із соціальних комунікацій, філософам, соціологам, культурологам і соціальним психологам.

ISBN 978-966-8299-51-1

ББК 659.4

X 73

УДК 007 : 304 : 001 + 070 + 004.9

Підписано до друку 11.05.2017. Формат 60x84/16.
Папір офс. Гарнітура «Ukrainian TimesET». Друк офс.
Ум. др. арк. 18,6. Обл.-вид. арк. 18,8.
Тираж 302 прим. Зам. № 262.

Засновник, редакція, видавець і виготовлювач
ВНЗ «Інститут реклами»



ХОЛОД Олександр Михайлович – академік Міжнародної академії наук педагогічної освіти, доктор філологічних наук, професор кафедри реклами і зв'язків із громадськістю ВНЗ «Інститут реклами» (м. Київ).

Автор теорії інмутації суспільства (ТІС) та методу трьохетапного аналізу соціального інжинірингу (СІ-аналіз). Результати досліджень автор відбив у 400 працях, серед яких 49 книжок (монографій, підручників, навчальних посібників, курсів лекцій), опублікованих в Австрії, Білорусі, Казахстані, Камеруні, Індії, Польщі, Росії, Сербії, США, Україні, Чехії.