

Комунікація і сучасний світ

*Роботу виконано на кафедрі соціально-гуманітарних
дисциплін Української академії банківської справи
Національного банку України*

У статті розглядаються проблеми комунікації, зокрема соціальної комунікації, як феномену сучасного життя. Акцентується увага щодо комунікаційного впливу на усі сфери життєдіяльності інформаційного суспільства. Особливо звернута увага на те, що соціальна комунікація є рухом смислів у соціальному часі і просторі.

Ключові слова: комунікація; комунікатор; компоненти комунікації; комунікативна особистість; мотивація; реципієнт; соціальна комунікація; соціальний простір; соціальний час; смисл; спілкування.

Boyko O. P. Communication and a Modern World. The article is devoted to the theoretical research of the process communication. The attention is paid to the problem of the social communication and its influence on a modern world. It is emphasized that social communication is a movement of contents in social time and space.

Key words: intercourse, communication, process communication, communication personality, social communication, social space, time space, sense and motivation.

Сучасне інформаційне суспільство, так чи інакше, просто приречене до суттєвих змін глобального масштабу. І як результат – не залишається недоторканою жодна сфера людського буття, а особливо ціннісний вимір спілкування між людьми. У вітчизняній філософській думці існує, так би мовити, традиція виявляти відмінності між такими поняттями, як “спілкування” і “комунікація”. На чому вони ґрунтуються? Перш за все, на їх морально-етичному змісті. На відміну від комунікації, спілкування виступає не просто як обмін інформацією, а як підґрунтя для закріплення стосунків між людьми, що, зрештою, активно сприяло їх єднанню. Іншими словами, у процесі спілкування відбувається формування людської спільноти, а це, в свою чергу, надає цьому процесу різноманітного забарвлення. Так, спілкування має практично-матеріальний, духовно-інформаційний і практично-духовний характер.

Взагалі, спілкування носить більш ширший спектр ніж комунікація. Зв'язок людей може відбуватися як на емоційному, так і на підсвідомому рівнях без участі смислопороджуючих текстів, що неможливо при комунікативній взаємодії. Наприклад, спілкування між дитиною та матір'ю може відбуватися без слів. Тобто, якщо немовля бачить обличчя матері, воно якимось чином реагує, скажімо, починає посміхатися.

Слід додати, що спілкування охоплює не тільки людські відносини, а й тваринний світ, природу, навіть пам'ятки архітектури тощо. І воно дійсно несе в собі і емоційне, і моральне навантаження.

Але сьогодні, на вимогу часу, на перше місце виступає таке явище, як комунікація. Це пов'язано з тим, що культура в інформаційному суспільстві забезпечує іншу форму спілкування – спілкування через систему комунікацій, точніше обмін інформацією, яка пов'язана безпосередньо із символами та образами. До того ж у сучасному суспільстві склалися такі обставини, що без комунікації неможливі ніякі форми відносин та ділових стосунків. Так, якщо люди належать до одного суспільства, однієї нації або виробничого об'єднання, вони, як не парадоксально, залишаються наодинці. Їх поділяють часові, просторові умови буття, види діяльності, соціальні, вікові, культурні й індивідуальні відмінності. Ось чому обов'язково необхідна постійна, стійка, різнобічна та мобільна система комунікацій, яка б утримувала певний ступінь єдності та диференційованості суспільного буття.

Отже, звернення до цієї проблематики є досить актуальним. Від моделей комунікацій, які прийняті у суспільстві, залежить якість інформаційного середовища, в якому діє людина, і яке є одним із важливих складових покращення нашого життя в цілому. З іншого боку, важливість цієї теми пов'язана із розвитком, широким розповсюдженням та застосуванням засобів масової комунікації, що надає суттєвих змін змісту та характеру міжособової та міжгрупової комунікації. Технізація та функціоналізація каналів міжособової комунікації, яка неухильно та стрімко зростає, послаблюють соці-

лізаційні та регулятивні функції комунікації, що спричиняє появу напруженості у міжлюдських стосунках як в сім'ї між поколіннями, так і в міжнаціональних відносинах.

Мета цієї статті – вивчення регулятивного потенціалу комунікативних можливостей для успішного і раціонального їх використання та підвищення соціальної ефективності комунікативної регуляції.

Для сучасної України характерним є те, що процеси включення соціальної комунікації у соціокультурну динаміку знаходяться у стадії становлення, і це відбивається безпосередньо на характері взаємодії людей. Розвиток соціальної комунікації та її інституалізація в організаційних формах із використанням новітніх технічних засобів (супутникове телебачення, інтернет, стільниковий зв'язок тощо) кардинальним чином змінили сам характер взаємозв'язку людей в асоціаціях різного типу. А це, у свою чергу, визначає якісну трансформацію соціальної системи, що дозволяє розглядати інформаційне суспільство як соціальну реальність, як новий історичний етап розвитку соціокультурної системи.

Необхідно відмітити, що комунікативні зміни, які виступають головним змістом становлення інформаційного суспільства, впливають на соціальну активність індивідів подвійним чином. З одного боку, змінюється життєвий світ сучасної людини. Збагачене технічними засобами інформаційне середовище потребує перебудови когнітивних психічних функцій, підвищеної здатності до розподілу уваги в умовах безперервного потоку інформації. На когнітивному рівні головним об'єктом трансформації є індивідуальна діяльність та особливо – її регулятивна діяльність компонента, тобто особистісні механізми – системи мотивів, навички вирішення життєвих ситуацій, засоби регуляції поведінки. З іншого боку, комунікативна революція змінює саме середовище, у якому здійснюється індивідуальна діяльність, випрацьовує нові культурні еталони та стандарти оцінок актуальності подій (наприклад, рейтинги економічних та політичних подій у ЗМІ, електронне голосування в інтернеті і таке інше). Відпрацьовуються нові організаційні моделі соціальної взаємодії, які дозволяють оперативно реагувати на швидкі зміни ситуації, відслідковувати та контролювати з достатньою ефективністю велику кількість показників. Таким чином, об'єктом трансформації стає культурно-нормативне середовище, причому зміни тут здійснюються на організаційному та ціннісно-нормативному рівнях.

Розгляд комунікаційних проблем не є новим явищем в історії філософської думки. Ними цікавилися та вивчали ще в античні часи, починаючи із Платона. Стародавні греки поряд із розумом-логосом поважали мову-логос. Вони широко використовували риторіку, а тому особливою повагою користувалися оратори. Із часу виникнення друкарського верстата А. Г. Гуттенберга почався новий етап культурного розвитку. Якщо до цього часу спілкування та комунікативні дії здійснювалися в усній формі, то відтоді починається документаційна комунікація. Сучасний етап – це комп'ютеризований світ із мультимедійними глобальними комунікаційними каналами та із культурною спадщиною, що зберігається в розподільній пам'яті комп'ютерів. Тобто, настала ера електронної комунікації.

Дослідження комунікаційних аспектів починається ще в класичний період розвитку філософії. Наприклад, Л. Фейєрбах писав, що людська сутність проявляється тільки у спілкуванні, в єдності людини з людиною, в єдності, яка спирається на любов. "Істинна діалектика, – писав філософ, – не є монологом самотнього мислителя із самим собою, це діалог між Я і Ти" [4, 144]. Особливе ставлення до проблем комунікації почалося із моменту переходу від класичної наукової раціональності до некласичної філософії. І це знайшло відображення саме у працях К.-О. Апеля, М. Бахтіна, М. Бубера, Г.-Г. Гадамера, Е. Гуссерля, Ж. Дарриди, Ю. Хабермаса, М. Хайдеггера, К. Ясперса та багатьох інших.

Проблема комунікації є однією з центральних в екзистенційній філософській думці. Так, вся суспільно-історична реальність (усесвітня історія та історія філософії) усвідомлювалася К. Ясперсом як комунікаційний процес. "В історії до сього дня існувало як дещо само собою усвідомлений зв'язок між людиною та людиною, який виявляв себе в надійних суспільствах, у різних інститутах та в єдиному загальному дусі" [7, 26]. Широкого розгляду набула теорія комунікації, яка отримала назву діалогічної філософії. Вона знайшла відображення у роботах В. С. Соловйова, М. А. Бердяєва, М. М. Бахтіна. Зокрема М. Бубер писав: "Окрема людина є фактом існування, поки вона вступає в живий зв'язок із іншими людьми; спільність є фактом існування, поки вона виникає із живих окремих зв'язків. Фундаментальним фактом людського існування є людина з людиною" [1, 93]. Суть діалогічної філософії полягає у визнанні того, що людина формується та існує у спілкуванні. Тільки

вступаючи в діалог із іншою людиною, Богом, природою, людина стає суб'єктом пізнання та суб'єктом історії. У пізнавальній діяльності людства головну роль відіграє не мислення-монолог, а мовне життєво-практичне мислення, яке має діалогічну природу, тобто орієнтоване на взаємодію з іншими людьми, та яке керується такою взаємодією.

У сучасній літературі також помітна підвищена цікавість до соціальних, міжлюдських комунікацій. На думку Ю. Хабермаса, – це відчутна тенденція сучасного духовного життя, з якою пов'язано обговорення “пріоритетних інтересів” та обґрунтування принципів, на яких повинно бути влаштовано сучасне суспільство, якщо воно хоче забезпечити чесну співпрацю між своїми громадянами як вільними та рівноправними особами” [5, 53]. Він вважав, що основу суспільної системи утворюють взаємодії (інтерації) та взаєморозуміння. Останнім часом ця концепція знайшла своє продовження у працях українських та російських філософів, таких, як Т. Дерідзе, В. Конецька, М. Култаєва, Л. Ситниченко, А. Соколов, І. Яковлев та ін.

Із моменту свого виникнення, комунікація має декілька значень. Сьогодні під комунікацією ми розуміємо передачу інформації від одного носія іншому. Це “передача інформації від однієї системи іншій засобами спеціальних носіїв, сигналів” [6, 203]. Носіями комунікації можуть бути матеріальні об'єкти, логічні конструкції тощо. Отже, комунікація – опосередкована та цілеспрямована взаємодія двох суб'єктів.

Оскільки комунікація є сферою людської життєдіяльності і виступає сутнісною характеристикою самого суспільства, то вона, звісно, й поділяється на такі різновиди: 1) комунікація в широкому розумінні – як одна з основ людської життєдіяльності та багатоманітності форм мовних зв'язків; 2) інформаційний обмін у технологічно організованих системах, тобто передача інформації від однієї системи (індивід, група, організація і т. д.) до іншої засобами спеціальних матеріальних носіїв, сигналів; 3) соціальна комунікація, або мислекомунікація як інтелектуальний процес, який має витриманий ідеально-змістовний план та пов'язаний із певними ситуаціями соціальних дій; 4) екзистенційна комунікація як акт виявлення Я в іншому. У цій якості комунікація – основа екзистенційного відношення між людьми (як відношення між Я і Ти) та вирішальний процес для самовизначення людини у світі, в якому вона набуває розуміння свого буття, його підвалин.

Комунікація та взаєморозуміння безперечно належать до царини людських стосунків. Її утворюють, з одного боку, емпіричні, історично утворені взаємовідносини та нормативно-ідеальна сфера. З іншого боку – виступає як регулятивний принцип порозуміння. Інакше кажучи – ані пізнавати світ, ані усвідомлювати себе як особу неможливо без міжособистісного мовного процесу взаєморозуміння. Цей комунікативний процес, як відомо, здійснюється між індивідами, групами, організаціями та культурами засобами різних знакових систем (мов). Розрізняють комунікацію міжособову та масову (засоби масової комунікації, або ЗМК), наукову, технічну тощо.

Підвищення соціальної ефективності комунікативної регуляції, потенціалу її використання стоується, перш за все, соціальної комунікації. Якщо комунікація взагалі – опосередкована та цілеспрямована взаємодія двох суб'єктів, то соціальна комунікація виступає як універсальний соціокультурний механізм, який орієнтований на взаємодію соціальних суб'єктів та на відтворення динаміки соціокультурних норм та зразків такої взаємодії [3]. Під соціальною комунікацією можна розуміти певну діяльність, яка обумовлена системою соціально-значимих норм та оцінок, зразків та правил спілкування, які прийняті в даному суспільстві. Вона спрямована на взаємодію людей, на передачу, отримання, зберігання та актуалізацію смислової та оцінюючої інформації, на основі якої відбувається соціальна адаптація та ідентифікація.

Потрібно відмітити, що усі види соціальної комунікації поєднані через індивіда, тобто є суб'єктивними. Вона також нерозривно поєднана із генетичною (біологічною) та психічною (внутриособистісною) комунікаціями, які служать для неї необхідними передумовами, а вона, разом з тим, є визначальною по відношенню до становлення та формування як генетичної, так і психічної комунікації. Отже, соціальна комунікація – це рух значень у соціальному часі та соціальному просторі. Цей рух можливий лише між суб'єктами, які так або інакше втягнуті у соціальну сферу. Її сутність міститься у взаєморозумінні між людьми та їхніми стосунками.

Для успішної взаємодії, тобто, соціальної комунікації, необхідна наявність деяких складових, а саме: сторони комунікації – комунікатор (відправник повідомлення, творець тексту) та реципієнт – отримувач повідомлення; ситуація або ситуації, які вони прагнуть усвідомити та зрозуміти; пові-

домлення (тексти), які виражають смисл ситуації у мові або елементах даної системи; мотиви та цілі – те що спонукає суб'єктів спілкуватися один з одним та взаємодіяти; процес матеріальної передачі текстів; сприйняття (інтерпретація) повідомлень (тексту), яке відображається у поведінці реципієнта. Таким чином, тексти, дії за їхньою побудовою та інтерпретацією, а також пов'язані із цим мислення, усвідомлення та взаємодія і складають зміст комунікації.

У соціальній комунікації зазвичай виокремлюють три аспекти (компоненти): перцептивний, інформаційно-комунікативний та інтерактивний. Перцептивний аспект пов'язаний безпосередньо із взаєморозумінням партнерів по спілкуванню. Інтерактивний – базується на формуванні особистісних установок, оцінок, життєвих цінностей. Інформаційний компонент характеризується тим, що виступає не просто “рухом інформації”, а має не менш двох індивідів, які засобами знакових систем можуть впливати один на одного. Але цей вплив можливий лише тоді, коли, наприклад, людина, яка інформує (комунікатор), і людина, яка отримує інформацію (реципієнт), мають єдину або подібні системи кодифікування та декодифікування.

У комунікаційному процесі діє індивід із певними характеристиками – комунікативна особистість. Це – суб'єкт, який, зі свого боку, має здібності до напрацювання, використання та ретрансляції комунікативних кодів, які забезпечують взаємодію між людьми. Параметри комунікативної особистості визначаються ступенем її комунікативних потреб, когнітивних потреб, когнітивним діапазоном, який сформувався у процесі пізнавальної активності, комунікативної компетентності (вмінням вибрати комунікативний код, який забезпечує адекватне та оптимальне сприйняття та цілеспрямовану передачу інформації у конкретній ситуації).

Для більш глибокого розуміння соціальної комунікації розглянемо такі її складові: значення, що утворює зміст комунікативних повідомлень, розуміння цього значення реципієнтом, особливості соціального простору та соціального часу.

Отже, значення комунікації – це специфічно культурні засоби поєднання людини з оточуючим середовищем або взагалі суб'єкта з об'єктом засобами знаків. У соціальній комунікації значення можуть “опредметитися” у вигляді комунікаційних повідомлень (мова, письмо, малюнок), у вигляді утилітарних виробів (зброя, одяг, житло), де також втілені знання та вміння людини. Єдиний засіб оволодіти цими значеннями – їх зрозуміти. Мова йде, на відміну від гносеологічного (пізнавального), саме про комунікативне розуміння. Комунікаційне пізнання є творчим пізнавальним актом, тому що реципієнт не тільки усвідомлює поверхнєве, глибинне значення повідомлення (тексту), але й оцінює їх із етичної та прагматичної точки зору.

Соціальний простір – це система соціальних відносин між людьми, а їх різноманітність визначає багатомірність соціального простору і тим самим різноманітність комунікаційних взаємодій. Соціальний час – це інтуїтивне відчуття протікання соціального життя, яке переживають сучасники. Цей рух можливий тільки між суб'єктами, які втягнуті у соціальну сферу, і обов'язково повинна бути наявність комунікантів і реципієнтів – людей, які живуть і діють у певному життєвому просторі.

У будь-якому комунікативному акті можна виокремити комплекс мотиваційно-цільових першопричин, які його “породили”. При цьому, як правило, можна встановити цілі, які усвідомлюються як комунікатором, так і комунікантом, і які практично нескладно сформулювати, та рівень мотивів, які пов'язані з емоціями, асоціаціями, причому, які далеко не завжди чітко усвідомлюються, і тому досить складно формулюються як комунікантом, так і самим комунікатором.

Особлива роль мотиваційних пружин у процесах комунікації є об'єктом уваги багатьох учених. Наприклад, Л. В. Виготський, звертаючи увагу на мотиваційні першопричини, писав: “Мотивацію думки ми повинні були б... уподобити вітру, який рухає хмари. Дійсне та повне розуміння чужої думки стає можливим тільки тоді, коли ми викриваємо її дійову, афективно-вольову підоснову... При розумінні чужої мови завжди є недостатнім розуміння тільки одних слів, але не думки співбесідника. Та й розуміння думки співбесідника без розуміння її мотивів, того, заради чого висловлюється думка, є неповним розумінням” [2, 174]. Отже, для комунікативної діяльності мотиваційно-цільові першопричини можуть носити різноманітний характер. Це прагнення повідомляти, поширювати знання про дійсність, інформувати; розвивати культуру, загальнолюдські цінності; мотиваційно-цільовими першопричинами впливати на суспільну думку, на поведінку та емоції людей; здійснювати допомогу, підтримку у вирішенні складних життєвих ситуацій; розважати, веселити людей; залучати аудиторії, конкурувати з іншими ЗМІ, каналами, редакціями тощо; робити “непроявлену”

мотиваційно-цільову установку, тобто прагнути до нейтральності як до сучасного, “стильного” типу спілкування; “завуальювати” мотиваційно-цільові дії, уявну нейтральність.

Отже, для того, щоб успішно орієнтуватися у комунікаційних процесах, необхідно знати типові риси мотиваційно-цільових першопричин комунікації, а також особливості сприйняття та реагування різних груп аудиторії у процесі комунікації (коли діють ті чи інші мотиваційно-цільові установки). Треба також усвідомлювати, що сучасні темпи розвитку, соціокультурне середовище постійно вносять корективи у процес спілкування та взаємодії людей, і тому виникають нові цілі й мовити у комунікаційній діяльності.

Соціальна комунікація безумовно має великий вплив на поведінку та діяльність людини, але цей вплив здійснюється, як правило, спонтанно, у некерованому режимі та з непередбачуваними наслідками. На сьогодні ще не налагоджено механізм цілеспрямованого використання та розвитку регулятивного потенціалу соціальної комунікації, тоді коли необхідність у дії такого механізму очевидна, так як вирішення проблеми соціальної регуляції має вирішальне значення для стабілізації та розвитку суспільного життя. А тому сучасна соціальна комунікація повинна базуватися на етичних вимогах. Особистість у цій взаємодіяльності повинна мати свободу, яка прямо залежить від її освіти та запасу отриманої інформації.

У зв'язку із широким розповсюдженням комунікаційних засобів спілкування та широким колом його учасників, у сьогоdnішньому технізованому світі, як ніколи, гостро постають морально-етичні проблеми комунікації, духовності індивідів, їх виховання та освіта. Влада науки й техніки поширюється на усе суспільне життя, на всі форми спілкування між людьми. Зараз існує необмежена можливість долучатися до будь-якої довільно взятої точки всередині цього комунікативного простору, що і забезпечує його повну тотальність. Крім виникнення та розвитку якісно нового типу комунікативних структур та процесів, комунікація у цілому зазнає й глибокого переосмислення комунікативної природи соціальної реальності, сучасних змін у соціально-комунікативній сфері, місця і ролі комунікації в розвитку суспільства. Адже при досить широкому комунікаційному просторі відчуження людини, її усамітнення набуває, прямо скажемо, загрозливого характеру. Міжособистісне спілкування перетворюється на об'єкт управління, а то й на товар. Отже, потрібно в нашому раціоналізованому світі все ж таки вивести на перший план емоційно-чуттєвий вимір людського буття, досвід особистої причетності до особливих, унікальних форм життя, які зараз поки що виступають лише як додаток до комунікативних зв'язків.

Література

1. Фейєрбах Л. Сочинения: В 2-х т. – Т. 1. – М., 1995. – С. 144.
2. Ясперс К. Введение в философию. – Минск, 2000. – С. 26.
3. Бубер М. Проблема человека. – К., 1998. – С. 93.
4. Хабермас Ю. Примерение через публичное употребление разума. Замечания о политическом либерализме Джона Роулса // *Вопр. филос.* – 1994. – № 10. – С. 53.
5. *Энциклопедический социологический словарь*. Под общ. ред. Осипова Г. В. – М.: Ин-т соц.-полит. исслед. РАН. – 1995.
6. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии // *Общественные науки и совр.* – 1996. – № 3.
7. Выготский Л. С. Мышление и речь // *Хрестоматия общей психологии: Психология мышления.* – М., 1981. – С. 174–175.

Статтю подано до редколегії
07.06.2007 р.