**Л. І. Демчина**

**Прикладні соціокомунікаційні технології**

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Івано-Франківський національний технічний університет

нафти і газу

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності

**Прикладні соціокомунікаційні технології**

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

Івано-Франківськ

2022

УДК 316.77(075.8)

Д-30

**Рецензент:**

Х. М. Вінтонів кандидат історичних наук, доцент кафедри

документознавства та інформаційної діяльності

Івано-Франківського національного

технічного університету нафти і газу

*Рекомендовано методичною радою університету*

*(протокол № від р.)*

Демчина Л. І

Д-30 Прикладні соціокомунікаційні технологї : конспект лекцій / Л. І. Демчина. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2022. – 100 с.

МВ

Конспект лекцій призначений для надання студентам поглиблених знань і вироблення основних компетенцій відносно впровадження соціальних технологій комунікаційними засобами та висвітлює специфіку аналізу застосування соціальнокомунікаційних технологій в інформаційній, бібліотечній та архівній справі. Розроблено відповідно до робочої програми навчальної дисципліни та навчального плану з дисципліни «Прикладні соціокомунікаційні технологї» для студентів, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Інформаційний інжиніринг та соціальні комунікації» на здобуття ступеня магістр**.**

Для студентів денної та заочної форм навчання для підготовки до практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи.

УДК 316.77(075.8)

МВ © Демчина Л. І., 2022

© ІФНТУНГ, 2022

Відповідальний за випуск,

завідувач кафедри документознавства та

інформаційної діяльності Ю. Л. Романишин

Узгоджено:

Член експертно-рецензійної комісії університету М. І. Венгринюк

**ЗМІСТ**

**ВСТУП…………………………………………………………………………….5**

**ТЕМА 1 ЗМІСТ ПОНЯТТЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ …………………………………………………………………..7**

1.1. Основний категоріальний апарат………………………………………7

1.2.Розгалуження семантики основних понять……………………………8

1.3Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології»…………….15

**ТЕМА 2 СТРУКТУРА, ВИДИ, ФУНКЦІЇ, ЗВ’ЯЗКИ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ……………………...25**

2.1 Структура соціально-комунікаційних технологій…………………..25

2.2 Види соціально-комунікаційних технологій………………………...30

2.3 Функції соціально-комунікаційних технологій……………………...38

2.4 Зв’язок соціально-комунікаційних технологій з іншими галузями діяльності соціального актора…………………………………………………..39

**ТЕМА 3 ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ І ФОРМУВАННЯ ТЕОРІЙ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ………………………………………43**

3.1 Психологічне підґрунтя в історії досліджень комунікаційних технологій (біхевіоризм, необіхевіоризм, Б. Скіннер) ………………………..43

3.2 Соціологічні джерела в історії вивчення комунікаційних технологій (М. Вебер, Т. Парсонс, Ю. Ґабермас)………………………………………….44

3.3 Становлення теорії діяльності в історії розвитку соціальнокомунікаційних технологій (С. Рубінштейн, Л. Виготський)……..48

**ТЕМА 4 СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРАЦЯХ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ ДОСЛІДНИКІВ…………………….50**

4.1. Соціально-комунікаційні технології у працях українських науковців…………………………………………………………………………50

4.2. Соціально-комунікаційні технології у працях зарубіжних учених…………………………………………………………………………….59

**ТЕМА 5 МАНІПУЛЯЦІЯ СУСПІЛЬСТВА: МУТАЦІЯ Й ІНМУТАЦІЯ ЯК КОНЦЕПЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ…………………65**

5.1 Особливості трактування терміна «маніпуляція……………………..65

5.2 Маніпуляція як система………………………………………………..68

5.3 Закон єдності інмутації і мутації……………………………………...69

5.4 Інмутація – система артефактів сучасного суспільства……………...69

5.5 Місце інмутації в класифікації систем………………………………..75

**ТЕМА 6 CОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БІБЛІОТЕЧНОМУ, АРХІВНОМУ, ВИДАВНИЧОМУ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТАХ ТА СИСТЕМАХ ДОКУМЕНТАЦІЇ…...78**

6.1 Особливості соціально-комунікаційних технологій в бібліотечно-інформаційній сфер ……………………………………………………………..78

6.2 Особливості соціально-комунікаційних технологій в архівних установах та системах документації……………………………………………82

* 1. Соціально-комунікаційні технології у видавничій справі…………...87

**ВИСНОВКИ……………………………………………………………………..90**

**Список використаних джерел………………………………………………...92**

**ВСТУП**

Процес становлення інформаційного суспільства в Україні вимагає від інформаційних аналітиків, фахівців із міжнародної інформації, рекламної справи, паблік рилейшнз, соціологів, тощо розуміння запитів аудиторії масових споживачів інформації, навичок швидкого реагування на запити з метою їх задоволення.

Мета курсу – дати знання теоретичних основ комунікації, врахувати і закріпити знання, отримані студентами в межах курсів «теорія комунікації», «інформаційний маркетинг, «соціологія», «психологія», поповнити уявлення про сучасні соціокомунікаційні технології і прищепити навички їхнього використання.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

– навчити студентів планувати ефективну масову комунікацію;

– обирати адекватні до цілей і завдань комунікації засоби, стратегії і тактики;

– аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання різних комунікативних технологій;

– забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери: політичної, культурної, міжнародних відносин тощо.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні знати:

– що таке прикладні соціально-комунікаційні технології як навчальна дисципліна;

– зміст поняття прикладні соціально-комунікаційні технології, структуру, функції соціально-комунікаційних технологій;

– зміст поняття «інформаційне суспільство», засади існування і формування інформаційного суспільства;

– специфіку і засади використання різних технологій в процесі організації комунікативного простору.

уміти:

– будувати ефективну комунікацію на рівні ділових, масових, публічних, організаційних комунікацій;

– аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання різних комунікативних технологій;

– забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери: політичної, культурної, міжнародних відносин тощо.

**ТЕМА 1 ЗМІСТ ПОНЯТТЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

1.1. Основний категоріальний апарат

1.2.Розгалуження семантики основних понять

1.3Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології».

1.1 Прикладні соціально-комунікаційні технології – це дисципліна, предметом вивчення якої є соціокомунікаційні технології в різних галузях соціальної діяльності, теоретичні та прикладні аспекти їх використання, методологія досліджень соціально-комунікаційних технологій. Вона належить до циклу дисциплін, що формують профіль майбутнього фахівця з інформаційної діяльності зокрема його здатність генерувати нові ідеї (креативність), відстежувати тенденції розвитку предметної сфери шляхом проведення аналізу інформаційних потоків та масивів, забезпечувати ефективне управління інноваційними проектами, визначати специфіку предметної сфери діяльності для формулювання завдань автоматизації інформаційних процесів тощо.

Основний категоріальний апарат курсу формують поняття: комунікація, технології, комунікаційні технології, маркетингові комунікації, глобалізація, брендинг, імідж, агітація, пропаганда, зв’язки з громадськістю, реклама, перформанс, чутки, візуальні засоби, вербальні засоби, інформаційне суспільство. Володіння даним категоріальним апаратом дозволить майбутньому фахівцеві впевнено почуватись ефективним комунікатором і комунікантом у сучасному інформаційному просторі при виконанні своїх професійних, посадових обов’язків як журналіста, рекламіста, працівника служби ПР та ін. Курс сприятиме формуванню у фахівця світогляду людини, яка бере участь у процесі формування громадської думки, повинна вміти організовувати цей процес, забезпечувати його, а також усвідомлювати відповідальність за наслідки власних публічних виступів в ефірі, в Інтернеті, на шпальтах газет і журналів тощо.

1.2 Розгалуження семантики основних понять Для усунення розбіжностей у розумінні термінів «комунікаційні технології», «соціальні технології», «соціально-комунікаційні технології», «прикладні соціально-комунікаційні технології», «інформаційні технології» далі подано їхнє значення.

*Комунікаційні технології*, на думку Г. Почепцова, мають характерну спільну рису, а саме: вони чинять спробу впливати на масову свідомість, що й вирізняє їх від інших варіантів міжособистісного впливу.

*Соціальними технологіями* В. Матвієнко називає комплекс прийомів, що забезпечують досягнення сприятливих умов життя, їхньої організованості, ефективної взаємодії, задоволення суспільного інтересу, який тією чи тією мірою відповідає вимогам соціального часу.

*Соціально-комунікаційні технології*, як вважає О. Холод, – це система маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на зміну поведінки соціуму.

*Прикладні соціально-комунікаційні технології* визначають як такі, що мають практичний характер, відповідно до формули наукової спеціальності, у системі соціальної діяльності (у науці, політиці, освіті, культурі, а також – на виробництві).

*Теоретичні соціально-комунікаційні технології* – це ті, що не мають практичного характеру і розробляються з метою вдосконалення концепцій і теорій соціальнокомунікаційних технологій і комунікаційних технологій.

*Інформаційні технології* (ІТ, інформаційно-комунікаційні технології, Information and Communication Technologies, ICT), за пропозицією авторів електронної енциклопедії «Вікіпедія», складають сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих із метою збирання, обробки, зберігання, поширення, відображення і використання інформації в інтересах її користувачів.

Означені терміни виражають поняття, які перебувають у певному співвідношенні між собою. Найширшим поняттям, за переконанням О. Холода слід вважати «комунікаційні технології», які включають «інформаційні технології», «соціальні технології», «соціально-комунікаційні технології».

Інтегративна єдність обговорюваних понять, що виражені в шести наведених термінах, може бути двох типів, а саме: прикладні соціально-комунікаційні технології і теоретичні соціально-комунікаційні технології.

Перш ніж характеризувати кожен із цих напрямів у вивченні соціальнокомунікаційних технологій (СКТ) розглянемо більш детально актуальні спроби науковго обґрунтування явища.

Вихідним положенням проблеми концептуалізації СКТ є передусім наявність різних тлумачень самого терміна. До недавнього часу вітчизняні й зарубіжні дослідники не розмежовували терміни комунікаційні та СКТ.

У наукових працях на позначення одного поняття можна зустріти різні назви «соціальні», «комунікаційні» («комунікативні»), «медійні», «гуманітарні», «інформаційні» технології.

У зарубіжній науковій літературі термін «комунікаційні технології» здебільшого вживається на позначення засобів технічно опосередкованої комунікації. Зокрема для телекомунікацій, у тому числі мобільного зв’язку, супутникового зв’язку та телефонії, це технологія зв’язку, бездротова технологія, технології комутації, технології передачі, мікроелектроніка, технічна інформатика і технологія друку.

Через паралельне вживання для називання цих засобів термінів «інформаційні» і «комунікаційні» технології у практику використання ввійшов термін «інформаційно-комунікаційні технології».

У науковій галузі «соціальні комунікації» наявні різні підходи до розуміння сутності соціально-комунікаційних технологій. У паспорті спеціальності 27.00.06 – Прикладні соціально-комунікаційні технології зазначено, що це галузь науки, яка вивчає: історію, теорію, методологію, організацію, становлення прикладних комунікаційних технологій в системі соціальної діяльності (в науці, політиці, виробництві, культурі, освіті тощо).

В. Різун у статті «Соціальнокомунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії» зауважує, що основу тієї чи іншої технології становлять науково визначені шляхи, способи, принципи, знаряддя, об’єкти та техніки впливу.

Технологіями учений називає способи, прийоми, методи, процеси, засоби організації різних видів діяльності особи і суспільства, теоретичні знання про ці способи і методи тощо. Розуміння суті соціальнокомунікаційних технологій нерозривно пов’язано із поняттям «соціальні комунікації», які визначаються, як така система суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії». Відповідно соціально-комунікаційні технології та їх використання у різних сферах діяльності (прикладні соціальнокомунікаційні технології) В. Різун визначає як один з об’єктів наук про соціальні комунікації.

У площині технологій впливу в суспільній комунікаційній системі розглядає соціально-комунікаційні технології О. Холод. За його визначенням, «соціально-комунікаційні технології – це система маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на змінення поведінки соціуму». На сьогодні є багато тлумачень терміна «маніпуляція», що традиційно вживається у значенні негативного впливу на свідомість об’єкта з метою змінення поведінки суб’єкта впливу.

За визначенням науковця, маніпуляція в ЗМІ – це вплив на поведінку реципієнта; може бути двох видів: мутація та інмутація. Саме мутацію (позитивний або нейтральний вплив) та інмутацію (негативний вплив) учений визначає концепціями соціально-комунікаційних технологій. Позитивним впливом називається той, що не змінює поведінки реципієнтів на гірше, ніж було до впливу. Нейтральний вплив тлумачиться як такий, що потягнув за собою тимчасові зміни моделей поведінки реципієнтів.

До мутації О. Холод відносить такі три види:

* додавання (початкова стадія мутації, коли до сформованого іміджу через часткове змінення моделей поведінки та світогляду реципієнтів додається невелика частка інформації, що накладає тимчасовий відтінок на утворений образ);
* модифікація (проміжна стадія мутації, яка завдає вагомих змін образу»
* трансформація (кінцева стадія, коли через уплив на споживачів інформації відбувається формування нового або зміненого іміджу).

Інмутація, як визначає науковець, це процесс упливу на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) з метою негативного змінення сценаріїв, моделей їхньої поведінки.

Видами інмутації визначаються знищення (інмутація, що має на меті остаточне знищення конкретного образу) і руйнування (знищення окремих фрагментів образу).

Згодом дослідник запроваджує поняття «абмутація» – відсутність будь-яких змін у моделях поведінки суспільства. О. Холод виокремлює три групи процесів абмутації:

1) наявність бажання змінити модель поведінки, але відсутність засобів для цього;

2) наявність засобів для здійснення змін, але відсутність бажання;

3) відсутність бажання змінити модель поведінки і засобів для реалізації такої зміни.

Прикладні соціально-комунікаційні технології науковець визначає як такі, що мають практичний характер, відповідно до формули наукової спеціальності, у системі соціальної дійсності (у науці, політиці, освіті, культурі, а також – на виробництві).

На дискусійності зведення всіх соціально-комунікаційних технологій до маніпуляційних дій, спрямованих на зміну поведінки соціуму, наголошує М. Хилько. Дослідник обґрунтовує свою позицію тим, що оцінка позитиву чи негативу змін завжди є суб’єктивною і залежить від світоглядних позицій, менталітету, політичної культури, цілей різних соціальних суб’єктів.

В. Корнєєв пропонує враховувати й інші результати використання СКТ: формування певних оцінок, нав’язування асоціацій, емоційних чи раціональних, продукування програм та орієнтирів для майбутнього, проекції минулого в соціальному осмисленні тощо. Дослідник кваліфікує комунікаційні технології як форми спеціальної організації комунікації, які за умови дотримання технологічного ланцюжка гарантують отримання наперед визначеного результату. Головна особливість комунікаційних технологій, на думку В. Корнєєва, полягає в тому, що вони реалізуються через комунікацію і завдяки їй: «причому використовуватися можуть різні типи комунікації – міжособистісна, групова, масова, соціальна – в усій сукупності їх типологічних характеристик».

Інший підхід до обґрунтування категорії «соціальнокомунікаційні технології» зустрічаємо в роботі вченого Д. Гаври. Визначаючи об’єктом технологізації соціальнокомунікаційної технології систему внутрішніх і зовнішніх комунікацій соціального суб’єкта, дослідник називає соціальнокомунікаційну технологію окремим видом соціальної технології.

Розглянувши різні підходи до визначення категорії «соціальна технологія», Д. Гавра подає базове визначення: соціальнокомунікаційна технологія – це цілеспрямована системно організована діяльність соціального суб’єкта, що спирається на певний план (програму дій), з управління комунікацією соціального суб’єкта, спрямована на вирішення будь-якого соціально значущого завдання. Крім того, дослідник подає прикладну дефініцію соціально-комунікаційної технології: соціальнокомунікаційна технологія – це системно організована сукупність операцій, структур і процедур, що спирається на програму (план) та забезпечує досягнення мети соціального суб’єкта через керовану соціальну комунікацію.

Ключовими поняттями соціально-комунікаційної технології Д. Гавра визначає соціальну технологію та соціальну комунікацію. Об’єктом соціально-комунікаційної технології (у широкому смислі) називається соціальний простір і соціальний час, управління якими здійснюється через цілеспрямовану системно організовану соціальну комунікацію. При цьому дослідник має на увазі процесно-структурний, рівневий, суб’єктний і нормативно-ціннісний виміри соціального простору, а також усі потенційно можливі виміри соціального часу.

У вузькому прикладному розумінні об’єктом соціальнокомунікаційної технології визначається підсвідомість, свідомість та поведінка соціальних суб’єктів, управління якими здійснюється через цілеспрямовану системно організовану соціальну комунікацію.

З позицій соціальної інженерії підходить до аналізу соціально-комунікаційних технологій І. Бондаренко. За визначенням дослідниці, соціально-комунікаційні (або просто комунікаційні) технології, спрямовані насамперед на організацію комунікаційного простору та часу, на формування постійного діалогу між суспільними інститутами, на створення комунікаційної зони комфорту для кожного суспільного індивіда, включаючи його інформаційно-психологічну безпеку.

Оскільки комунікація як універсальний, загальнодоступний соціокультурний феномен включена в усі суспільні сфери дослідниця стверджує, що техніки СКТ стають неодмінними частинами кожної із сукупної системи соціальних технологій. О. Холод у дослідженні «Формування концепцій соціального інжинірингу», порівнявши положення теорій і концепцій Г. Почепцова, В. Різуна та власні, об’єднав їх у межах трьох груп постулатів:

1) постулати соціального інжинірингу;

2) постулати соціальних комунікацій;

3) постулати комунікаційних технологій.

*Постулати соціального інжинірингу*

1. Соціальний інжиніринг створений людьми й не є природним процесом.

2. Соціальний інжиніринг може розглядатися як мистецтво (управління суспільством), учення (наука про управління суспільством), методологія (шлях, засіб 9 аналізу управління суспільством).

3. Соціальний інжиніринг застосовує соціальні комунікації як засоби реалізації.

4. Соціальний інжиніринг здійснюється фахівцями.

5. Соціальний інжиніринг має якнайменше три етапи реалізації: ідентифікація, моделювання, верифікація.

6. Під час вивчення процесів соціального інжинірингу об’єктом є процеси конструювання соціальних змін спочатку в колективній свідомості суспільства, потім – у його реальному житті.

7. Соціальний інжиніринг підлягає постійному контролю й корекції з боку фахівців.

8. Наслідки соціального інжинірингу перетворюються на соціальне життя й не є соціальним інжинірингом.

*Постулати соціальних комунікацій*

1. Соціальні комунікації є штучним утворенням.

2. Соціальні комунікації реалізують соціальний інжиніринг.

3. Соціальні комунікації спрямовані на регулювання соціальних систем.

4. Під час вивчення соціальних комунікацій об’єктом є процеси, спрямовані на регулювання соціальних дій, взаємодій і відносин завдяки обміну інформацією.

5. Соціальні комунікації мають стратегічні й оперативні засоби, що реалізуються в комунікаційних технологіях.

*Постулати комунікаційних технологій*

1. Комунікаційні технології створені людиною й тому мають соціальний характер.

2. Комунікаційні технології не бувають позитивні (мутаційними) чи негативні (інмутаційними), такими їх роблять фахівці соціального інжинірингу.

3. Комунікаційні технології реалізуються завдяки системі комунікаційних технік, останні – завдяки системі комунікаційних прийомів.

4. Під час вивчення процесів комунікаційних технологій об’єктом є системи засобів, спрямованих на соціальні зміни завдяки комунікації.

5. За своїми властивостями комунікаційні технології є не стійкі: позитивні (мутаційні) технології можуть трансформуватися в негативні (інмутаційні) технології й навпаки.

6. Підґрунтям трансформацій комунікаційних технологій є епістема як система знань певної історичної епохи.

7. Оцінка результативності дії комунікаційних технологій залежна від аксіології суспільства. Отже, науковці визначають поняття «соціально-комунікаційні технології» з точки зору різноманітних підходів, зокрема, діяльнісного, у площині технологій впливу, з позицій соціального інжинірингу.

1.3 Соціально-комунікаційні технології – це система маніпулятивних дійкомплексів, спрямованих на зміну поведінки соціуму. Нині до кола соціально-комунікаційних технологій різні дослідники зараховують різну кількість маніпуляційних дій-комплексів; 1) технологія інформаційного охоплення (пропаганда); 2) технологія формування іміджу (іміджбілдінг і трешімідж); 3) технологія виправлення інформації (спіндоктор); 4) технологія інформаційного протистояння-боротьби (інформаційні війни); 5) технологія соціальних зв’язків (паблік рилейшнз); 6) технології просування (маркетингові комунікаційні технології); 7) технології перемовин; 8) рекламні технології; 9) виборні технології; 10) кризові технології; 11) технології формування промов (спічрайтинг, спічмейкінг); 12) технології електронних мереж; 13) технології мобільного зв’язку; 14) технології чуток; 15) технології організації дозвілля; 16) психотерапевтичні технології; 17) технології громадянського суспільства; 18) технологія перепису населення; 19) технологія реєстрації населення; 20) технологія реєстрації хворих у лікарнях; 21) технологія реєстрацій у РАГСах (шлюб, розлучення, народження, смерть); 22) технологія пільгування; 23) релігійні технології (хресний хід, освячення води, хрещення дитини, постриг у ченці тощо); 24) технології сакральних дій (шаманство, чаклунство, ведунство). 14 Кожна з перелічених соціально-комунікаційних технологій має характеристики, структуру, семантичне й семіотичне наповнення. Далі пропонується стисле визначення кожної з технологій.

Технологія інформаційного охоплення (пропаганда) – це «неоплачувана, абсолютно добровільна форма особистого інформативного впливу на індивідів із метою донесення до них інформації про фірму, її діяльність і товари, які вона випускає». Технологією інформаційного охоплення як видом соціальнокомунікаційних технологій пропонується називати систему маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на особистісний емоційно-експресивний вплив на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) для зміни сценаріїв, моделей їхньої поведінки, переконання людей, поширення інформації про певного фігуранта, його діяльність на підставі власних переконань пропагандиста.

Наступним видом соціально-комунікаційних технологій вважається технологія формування іміджу (іміджбілдінг і трешімідж), сутність якої полягає в тому, щоб утворити замінники (символи) реального образу фігуранта (людини, організації, колективу, міста, країни, союзу країн тощо) за допомогою специфічних дій-комплексів, які систематично нав’язують інформацію. Слід розрізняти процеси іміджбілдінгу (їх ще називають «іміджмейкінг») і процеси трешіміджу. Іміджбілдінг (від англ. іmage – образ й англ. building – будівля), або іміджмейкінг (від англ. іmage – образ й англ. making – створення) – це соціально-комунікаційна технологія утворення позитивного чи нейтрального образу фігуранта, трешімідж (від англ. trash – мотлох і англ. іmage – образ) – це соціально-комунікаційна технологія формування негативного нецікавого образу фігуранта.

Цікавою соціально-комунікаційною технологією слід вважати технологію виправлення інформації, або спіндоктор (від англ. spin – кружляння й англ. doctor – доктор). Сутність згаданої технології полягає в тому, щоб завдяки нехитрим корекціям інформації про певного фігуранта, події або процеси «лікувати» початок їхньої негативізації: із негативних відомостей робити позитивні, такі, які б формували імідж фігуранта на краще.

У теорії масової комунікації є відомою технологія інформаційного протистояння-боротьби (інформаційних війн). Сутність згаданої технології полягає в системному цілеспрямованому негативному впливі на об’єкт протистояння. Технологію інформаційного протистояння-боротьби активно використовують і нині ідеологічні суб’єкти на політичній арені. Прикладом такого протистояння-боротьби вважається загострена протидія партій – претендентів на роль лідера в політичному процесі напередодні виборів або президента країни, або парламенту.

Досить впливовою і дієвою слід вважати технологію соціальних зв’язків (паблік рилейшнз), про яку вже написано багато праць і здійснено безліч досліджень. Згадана технологія соціальних зв’язків здійснюється завдяки цілеспрямованому систематичному налагоджуванню зв’язків із громадськістю при використанні правдивої інформації, яку керівництво організації постійно пропонує народу, споживачам чи то власної продукції, чи то послуг. Прикладом нормативного використання технології соціальних зв’язків слід вважати інформування клієнтів банку про активи і пасиви установи, які постійно здійснюються керівництвом заради збільшення не тільки власних коштів і прибутків, але й коштів клієнтів. Коли в країні визрівають революційні події, адміністрація президента, парламент і чинний уряд зобов’язані повідомляти народ про початок політичної або економічної кризи. Чесне й довірливе ставлення до народу, керування країною через донесення навіть негативної інформації робить честь основним інститутам влади. Саме в цьому й полягає сутність технології соціальних зв’язків.

Слід звернути увагу й на технології просування (маркетингові комунікаційні технології). Їхня сутність полягає в системі дій, спрямованих на розміщення товарів (послуг) на ринку попиту так, щоб здійснити якнайшвидший їхній продаж із максимальним прибутком.

Відомою соціально-комунікаційною технологією нині є технологія перемовин, метою якої є здійснення переважно вербальних дій, спрямованих на структурування, упровадження, навіювання, поступки, порозуміння між сторонами, які прагнуть рівних вигідних умов існування на основі вибору оптимального варіанта подальших відносин.

Як вид соціально-комунікаційних технологій нині розглядаються рекламні технології. Їхня сутність полягає в інформуванні споживачів щодо появи нових організацій і видів товарів (послуг), формуванні та підтримці іміджу організацій, товарів (послуг).

Від рекламних технологій недалеко відійшли нині досить поширені виборні технології, сутність яких полягає в системі дій, спрямованих на пропозицію електорату майбутніх політичних послуг із боку відомого в країні політичного суб’єкта; нав’язуванні його програмних положень, обіцянок і рекламних роликів, друкованої продукції і мітингових зустрічей на виробництві; планування й організація виборної кампанії; постійне інформування громадськості про наміри, плани і дії політичного суб’єкта; контроль за діями Центральної виборчої комісії (ЦВК); організація екзитпола (власного підрахунку голосів електорату); подання судових позовів щодо оскарження попередніх результатів голосування тощо.

Події на Чорнобильській АЕС 1986 року стали видатним уроком для фахівців соціальних комунікацій і технологій. Саме після аварії ядерного реактора фахівці почали відкрито говорити про необхідність спеціальних команд, міністерств, комітетів, діяльність яких повинна плануватися як система дій, спрямованих на вихід із кризи, на подолання наслідків катастроф. В Україні навіть з’явилося Міністерство з надзвичайних ситуацій (далі – МНС). Фахівці МНС відверто декларують спрямованість власної діяльності: використання кризових технологій, результатом яких є стабілізація ситуації внаслідок соціальних і природних катаклізмів.

Що в економічній галузі, що в політичній або мистецькій галузях необхідними є технології формування промов, які в закордонній науковій і періодичній літературі називають «спічрайтингом», а іноді – «спічмейкінгом». Термін «спічрайтинг» пішов від поєднання двох англійських слів, а саме: «speech» – мовлення, промова та «writhe», «writhing» – писати; той, хто пише. Отже, спічрайтинг означає вміння писати публічні промови, а людина, яка пише промови, називається «спічрайтером». Термін «спічмейкінг» також утворений поєднанням двох слів англоамериканського походження: «speech» – мовлення, промова та «making» – створення. Як перший термін («спічрайтинг»), так і другий («спічмейкінг») перекладаються зі змістом досить близьким, що й дає підґрунтя для того, щоб вважати їх синонімами. Спічрайтинг (спічмейкінг) в Україні ще називають технологією формування промов, або системою дій, спрямованих на формування (утворення, написання) промов, із якими особи, для яких промови писалися, виступатимуть перед аудиторією.

Досить цікавими й новими для світу (зокрема, для України) слід вважати технології електронних мереж. Згадані технології є системою дій, спрямованих на захоплення і привернення уваги користувачів електронних мереж. Серед засобів реалізації технологій електронних мереж варто назвати такі:

* соціальні мережі;
* підбір і розміщення новин;
* інформування через підписку на розсилання інформації за темами;
* аналіз тематичних подій або тематичної інформації;
* електронний маркетинг (система дій, спрямованих на пропозицію та продаж товарів через електронні магазини завдяки електронній пошті);
* технології блогування (система дій, спрямованих на залучення користувачів електронних мереж до утворення електронних щоденників);
* словникові технології і технології електронних рефератів;
* технології пропозиції про прийняття значної суми коштів із країни третього світу з метою врятувати економічний стан збіднілої країни;
* технології свахи (організація електронного простору з метою залучення молодих осіб до безконтактного заочного знайомства з метою налагодження дружніх стосунків і стосунків, пов’язаних із коханням, аж до знайомств для поодиноких сексуальних стосунків);
* технології порносайтів та еротичних сайтів;
* інші електронні технології.

Такими ж новими, як і електронні, вважаються нині найпоширеніші технології мобільного зв’язку. Суть останніх полягає в тому, що абонента, або користувача послугами мобільних операторів, останні інформують про прогноз погоди, стан банківського рахунка, новини, розсилання на адресу абонента книжкових посилок. Також мобільні оператори використовують зв’язок для «затягування» абонентів-підлітків до різних ігор-вікторин, еротичних і сексуальних забавок тощо. Особливою ознакою технологій мобільного зв’язку є повідомлення про нові акції, що обіцяють безкоштовні телефонні розмови на будь-який термін і час. Іншими словами, технології мобільного зв’язку тільки-но починають розвиватися, але експансивно й ефективно.

На відміну від попередньо описаної технології мобільного зв’язку, яка є легітимною, із найбільшою ефективністю в комунікаційному просторі функціонує технологія чуток. Основною ознакою згаданої системи дій слід вважати передавання інформації майже пошепки, «від вуха до вуха» через брак достатнього її обсягу. Механізм чутки унікальний і, на жаль, досить дієвий. Тому технологію чуток використовували завжди для неблагочестивих намірів (помсти, покарання, задоволення хтивості, підступності і зради тощо).

Досить поширеною, але непомітною нині є технологія організації дозвілля, сутність якої є в системі дій, спрямованих на організацію відпочинку та вільного часу індивідів. До технологій організації дозвілля слід зарахувати, наприклад, сітку телевізійних передач, яка спланована так, щоб глядачі будь-якого віку могли знайти для себе в певний час доби цікаві передачі, художні фільми, репортажі, концерти, ток-шоу тощо. Діти чи люди похилого віку можуть увімкнути телевізор саме в той час, коли буде демонструватись улюблений мультфільм або серіал, цікаві теледебати під час політичного ток-шоу.

Певна частина дослідників не погоджуються з думкою про те, що психотерапевтичні технології є такими, які слід називати технологіями взагалі. Дослідник Г. Г. Почепцов включає психотерапевтичні технології до переліку видів комунікативних технологій. Навпаки, дослідник О. Ф. Коновець не включає психотерапевтичні технології до переліку комунікативних технологій. Як вважає Г. Г. Почепцов, психотерапевтичні технології як вид комунікації «корегують когнітивні механізми, які керують поведінкою» і «навчають людину новим моделям поведінки практично, здійснюючи навчання на умовних прикладах».

Досить цікавими вважаємо технології громадянського суспільства, які тлумачимо як систему соціально-комунікаційних дій, спрямованих на планування й організацію заходів для формування сильного суспільства, що базується на неурядових організаціях і спілках, товариствах і союзах громадян у демократичній державі.

Слід відрізняти від попередніх технологій інші, а саме – технології перепису населення. Сутність таких полягає в організації системи соціальнокомунікаційних дій, спрямованих на реєстрацію і суцільну фіксацію (записування) соціально-метричних даних.

Досить близькою до технології перепису населення слід вважати технологію реєстрації населення. Останньою називаємо таку систему соціально-комунікаційних дій, які спрямовано на впорядкування та фіксацію місця комунікативного простору, місця проживання та пересування індивіда.

Недалеко від зазначеної технології відійшла й технологія реєстрації хворих у лікарнях. Принцип, на якому базується така технологія, той самий, що й у попередній технології, а саме – фіксація можливих змін у комунікаційному просторі кожного індивіда. Дотепер у кожній лікарні міста зберігаються майже на кожну людину, що офіційно зареєстрована в районних паспортних столах, медичні картки, до яких вписані всі дані про здоров’я людей. Технологію реєстрації хворих у лікарнях пропонують називати соціально-комунікаційною технологією, тому що основою діяльності медичних закладів під час процесу лікування є комунікація, спілкування за певною стандартизованою схемою, яка є схожою з процедурою соціологічного опитування. Останнє неможливе без чіткої організації процедури і забезпечення її належними документами-бланками.

Ще одним видом соціально-комунікаційної технології слід вважати технологію реєстрацій у РАГСах. Ідеться про специфічну процедуру реєстрації шлюбів, розлучень, народження дитини, реєстрації факту смерті. Саме така реєстрація дозволяє досить серйозно контролювати показники розвитку чи занепаду суспільства, його комунікаційних інструментів і системи дій.

Винятковою у списку соціально-комунікаційних технологій є технологія пільгування. Сутність останньої полягає в системі дій, спрямованих на стимулювання обмежених категорій населення як з боку економічного, так і з боку забезпечення реалізації нормальних комунікаційних намірів, прагнень, бажань.

Специфічними вважаються релігійні технології, про які слід говорити як про систему дій, спрямованих на залучення (навернення) нових прихильників віри, популяризацію ідей певної конфесії та її релігійних догм, поширення інформації про діяльність конкретних осередків і їхні традиції, обряди, іміджеві моделі й моделі поведінки, соціально-релігійні норми та санкції. Яскравими прикладами релігійних технологій слід вважати хресний хід, освячення води, хрещення дитини, постриг у ченці тощо.

Перелічені технології складають тільки невелику кількість соціальнокомунікаційних технологій, які за своєю сутністю мають стрижневі однакові структури, наповнення та функції.

**Запитання для самоперевірки**

1. З чим пов’язують дослідники відсутність єдиного підходу до визначення СКТ?

2. З позицій яких вчень аналізують СКТ дослідники?

3. Які концепції СКТ визначає О. Холод?

4. Хто з науковців наголошує на дискусійності зведення всіх СКТ до маніпуляційних дій, спрямованих на зміну поведінки соціуму? Чим обґрунтовує свою позицію дослідник?

5. Які результати використання СКТ пропонує враховувати В. Корнєєв?

6. Що вважає ключовими поняттями СКТ Д. Гавра?

7. Якими є постулати комунікаційних технологій?

8. Що називають комунікаційними технологіями?

1. Що таке соціальні технології?
2. Чим відрізняються комунікаційні технології від соціальнокомунікаційних технологій?
3. Що таке теоретичні соціально-комунікаційні технології?
4. Чим відрізняються комунікаційні технології від інформаційних технологій?
5. Які технології дослідники зараховують до низки соціальнокомунікаційних технологій?
6. Що називають технологією інформаційного охоплення (пропаганди)?
7. Які технології слід називати технологіями формування іміджу (іміджбілдінгу і трешіміджу)?
8. Чим відрізняються поняття «іміджбілдінг» і «трешімідж»?
9. Що є технологією виправлення інформації, або спіндоктором?
10. Чому технологія інформаційного протистояння-боротьби іноді називається інформаційною війною?
11. Чи варто технології просування називати маркетинговими комунікаційними технологіями? Чому?
12. Що слід називати технологіями перемовин?
13. У чому сутність рекламних технологій?
14. Чому виборні технології так називаються? Поясніть.

**ТЕМА 2 СТРУКТУРА, ВИДИ, ФУНКЦІЇ, ЗВ’ЯЗКИ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

2.1 Структура соціально-комунікаційних технологій.

2.2 Види соціально-комунікаційних технологій.

2.3 Функції соціально-комунікаційних технологій.

2.4 Зв’язок соціально-комунікаційних технологій з іншими галузями діяльності соціального актора.

2.1 Структура соціально-комунікаційних технологій Соціально-комунікаційні технології мають власну структуру, до якої слід зарахувати такі складники:

1) запит суспільства; 2) «вакуум» виконавця; 3) суб’єкти майбутніх соціально-комунікаційних технологій (СКТ); 4) ринок ідей; 5) конкретні ідеї; 6) задум; 7) команда фахівців, здатних реалізувати задум; 8) волонтери для виконання другорядних функцій; 9) дослідження ринку запиту; 10) планування СКТ; 11) пошук фінансування СКТ; 12) тактичний і стратегічний розподіл ролей і фінансів; 79 13) реалізація плану СКТ; 14) корекція (узгодження змін, які спостерігаються в соціумі з подальшими планами реалізації СКТ); 15) подальша реалізація плану СКТ; 16) фінальне вимірювання (сканування) досягнень (прорахунків) СКТ; 17) фінал (завершення) СКТ; 18) аналіз ефективності впливу СКТ; оплата роботи виконавців.

Кожний складник структури СКТ має власні особливості й характерні риси, специфіку і потребує подальшого тлумачення і роз’яснення. Перший структурний елемент СКТ називається «запит суспільства» і передбачає появу в суспільстві потреби на певні активні дії щодо вдосконалення або трансформування того явища, процесу, стану, який на даний історичний момент не задовольняє суспільство. Питання про те, хто може здійснити затребувані активні дії, не постає. Актуальною є відповідь на питання про те, чи фіксується криза і потреба в змінах.

Досить часто відбувається так, що задовольнити запит суспільства довго не в змозі ніхто й ніщо. Суспільство в такому випадку перебуває в стані очікування. Чим довшим є очікування, тим більшим є бажання змінити ситуацію або стан. Подібний стан ми називаємо «вакуумом» виконавця. Останній обов’язково веде суспільство до «штучного» висування лідера або до природного його відбору через проби й помилки з боку суспільства. Коли суспільство (окремі його лідери думок і настроїв) починає усвідомлювати, що час висування затягується, з’являється низка умов, які підштовхують купку ситуативних лідерів до рішучих дій. Результатом таких дій є поява відомих (а частіше навпаки – невідомих) суб’єктів (лідерів) майбутніх соціально-комунікаційних технологій.

Такі невідомі суб’єктилідери прилаштовуються до потреб суспільства інтуїтивно. Якщо висування суб’єктів-лідерів було здійснено штучним шляхом, інтуїція замінюється соціальним вимірюванням. Сутність такого соціального вимірювання полягає в цілеспрямованому дослідженні настроїв та очікувань суспільства.

За результатами соціального вимірювання з’являється ринок ідей, які пропонуються найактивнішими суб’єктами-лідерами. Історія розвитку соціально-комунікаційних технологій свідчить про те, що оптимально провідних ідей на такому ринку не може бути багато. Численність ідей завжди звужується до двох, спочатку таборів, а потім поодиноких і конкретних ідей (опозиційних положень), які й захищаються апологетами протягом певного проміжку часу. Отже, характер опозиційності є обов’язковим для структури майбутніх СКТ.

Із двох провідних опозиційних конкретних ідей за результатами нетривалої, але напруженої боротьби перемагає найпотужніша ідея. Вона швидко набирає силу, укріплюється прибічниками й поширюється природним чином. Поступово формується команда фахівців, зданих реалізувати задум.

Виокремлюється явний лідер-особа, яка добровільно бере на себе відповідальність за подальший розвиток подій, пов’язаних із СКТ. Паралельно формується коло тих, хто вірить в ідеї лідера. Помічники лідера ідеї цілеспрямовано вербують волонтерів для виконання другорядних функцій під час здійснення майбутньої СКТ.

Лідер ідеї замовляє дослідження ринку запиту, сутність якого полягає в з’ясуванні реального рівня потреб та вимог до виправлення ситуації з боку соціуму або певних його прошарків. Таке дослідження ринку запиту може здійснюватися завдяки пілотному (пробному) вимірюванню. Можливий і варіант масштабного вимірювання, але в такому випадку з’являється ризик значних витрат заради лише того, щоб дізнатися про неможливість подальшого просування для активізації СКТ.

Коли пілотне дослідження ринку запиту підтверджує потребу в проведенні СКТ, виникає необхідність планування соціально-комунікаційної технології. Планування здійснюється з урахуванням недоліків і переваг результатів тих СКТ, які раніше здійснювались іншими організаціями, іншими країнами. Переглядається досвід конкретних споріднених СКТ для споріднених ситуацій запиту соціуму. Наприклад, таким досвідом завжди є попередня політична виборна кампанія.

Планування СКТ має власні особливості, сутність яких полягає в такому: 1) планується тільки конкретна ситуація для конкретного фігуранта; 2) до плану вводиться декілька паралельних варіантів розгортання майбутніх передбачуваних дій суб’єктів і об’єктів СКТ; 3) прогнозування результатів спирається на потенційні можливості виконавців СКТ; 4) кожний етап плану СКТ відповідає етапу реалізації загального запиту соціуму; 5) паралельно з планом СКТ виписується план кризової ситуації, яка може виникнути на будь-якому етапі реалізації; 6) до кошторису СКТ включаються додаткові витрати на випадок непередбачуваних подій (форс-мажор).

Після написання плану СКТ здійснюється пошук фінансування. На даному етапі підготовки СКТ слід врахувати, що фінансове забезпечення СКТ завжди зіштовхується з низкою проблем. Типовими з них є:

* брак достатніх коштів для повномасштабної реалізації СКТ;
* нерозуміння потенційними інвесторами прямих переваг від реалізації запропонованої СКТ;
* віддалені перспективи поліпшення ситуації після реалізації СКТ;
* спроби інвесторів дістати «відкат» від вкладених у СКТ фінансів;
* нерозуміння смислу реалізації СКТ.

Після етапу пошуку і знаходження сторони, яка фінансує (інвестора), відбувається тактичний і стратегічний розподіл ролей у СКТ і фінансів, яких потребує технологія. Важливим тут є уважний контроль за плануванням стратегії майбутньої СКТ. Слід деталізувати всі можливі витрати і призначити відповідальних за контроль за такими витратами.

Реалізація плану СКТ є найбільш копітким і трудомістким складником структури СКТ. Одна справа грамотно написати план, запропонувати низку системних дій, інша справа реалізувати заплановане в просторі і часі. Можливі незіткнення етапів реалізації СКТ, порушення фінансової дисципліни виконавцями, фізичні хвороби суб’єктів, елементарна незібраність низових структур виконавців, казнокрадство, корупційні дії керівників проекту тощо. Передбачити все неможливо. Саме тому слід ретельно підбирати команду виконавців і фінансово відповідних людей.

Керівнику СКТ слід бути готовим до корекції (узгодження змін, які спостерігаються в соціумі з подальшими планами реалізації СКТ). Зміни в суспільстві об’єктивно тягнуть за собою зміни у свідомості мас. Реалізатори СКТ змушені підлаштовувати план СКТ під запити суспільства. З цією метою потрібно організовувати й проводити вимірювання як настроїв у суспільстві, так і готовності суспільства до прийняття пропозицій у вигляді СКТ. Яскравим прикладом такого підлаштування можна вважати трагедію в м. Чорнобиль, де 26 квітня 1986 року відбулася всесвітня техногенна аварія – вибухнув ядерний реактор Чорнобильської АЕС. Суспільство не було готовим навіть сприйняти інформацію про аварію: результат неготовності – паніка, масова втеча від епіцентру на Південь. Прилаштування суспільства відбувалося поступово, із запізненням, завдяки антикризовим діям радянського уряду. На той час подібні дії повністю відповідали тим діям, які нині називають антикризовими СКТ.

Після втілення узгоджень змін у суспільстві з планом СКТ триває подальша її реалізація. На шляху реалізації СКТ можуть виникнути такі перешкоди: 1) незіткнення з початковим задумом; 2) додаткові витрати на непередбачувані акції та заходи щодо виправлення ситуації завдяки спіндоктору; 3) корекційні заходи; 4) залучення додаткових коштів і волонтерів; 5) змінення планів.

Коли завершується реалізація СКТ, необхідно здійснити фінальне вимірювання, або сканування досягнень (чи прорахунків) соціальнокомунікаційної технології. Фінальне вимірювання здійснюється із залученням до аналізу фахівців з паблік рилейшнз, які мають навички оцінювання ефективності організованої і проведеної СКТ. Бажано, щоб такими фахівцями були економісти, які мають досвід вимірювання. Розрахунки здійснюються за трьома основними критеріями, а саме: 1) відповідність СКТ поставленій мети і завданням; 2) вимірювання кількості поданої інформації щодо тієї, яка реально дала результати; 3) оцінювання впливу на рівні зміни переконань аудиторії, ставлення до соціального явища, проти якого або на захист якого виступала СКТ.

На фінальному етапі проведення СКТ бажано акуратно і непомітно «згорнути» активну діяльність із впровадження технології. У такому випадку варто плавно «виходити» із системи запланованих заходів, що активно привертали увагу аудиторії. Із цією метою необхідно заздалегідь продумати низку заходів, які можуть продемонструвати те, що: 1) суб’єкт СКТ залишається на ринку послуг; 2) суб’єкт СКТ не нашкодив суспільству, а навпаки – здійснив поліпшення ситуації; 3) упроваджена СКТ – це найвигідніша і сучасна технологія, альтернативи якій нині немає.

Аналіз ефективності впливу СКТ може здійснюватися за штампами паблік рилейшнз, які пропонує, зокрема, Т. Примак. Наприклад, Холод О. М. пропонує інший підхід, принципово вважаючи, що ефективність впливу СКТ можна вимірювати не тільки кількісними показниками, але й якісними. Вплив СКТ можна відчути: 1) кожному на собі як об’єктові або частці аудиторії; 2) у кожному соціальному колі (професійній групі, соціальному прошарку, соціальному класі тощо); 3) усьому суспільству.

Кожний суб’єкт відчуває підвищення рівня ентузіазму або падіння зацікавленості при виконанні певних службових або сімейних обов’язків. Отже, кожний суб’єкт може дійти висновку про ефективність впливу СКТ. На рівні суспільних кіл (соціальних прошарків, груп чи класів) люди відчувають погіршення ситуації або поліпшення її. І нарешті, на рівні всього суспільства індивіди, соціальні групи, соціальні класи й інститути відчувають рух вперед чи занепад розвитку. Отже, якісні зміни в суспільстві можна, по-перше, очікувати в результаті втілення СКТ; по-друге, вимірювання рівня впливу може здійснюватися через відчування якісних зрушень.

Оплата праці виконавців є таким, необхідним і завершальним складником у структурі будь-якої соціально-комунікаційної технології. Без згаданого складника СКТ перестає бути завершеною системою, спрямованою на поліпшення (на жаль, іноді й на погіршення) ситуації в суспільстві.

2.2 Види соціально-комунікаційних технологій. Називаючи соціально-комунікаційні технології (СКТ) системою маніпуляційних дій-комплексів, спрямованих на змінення поведінки соціуму, ми визнаємо справедливість твердження про те, що такі дії-комплекси бувають різні за своїм призначенням, спрямованістю, засобами реалізації, результативністю, ефективністю, якістю. Саме тому, спираючись на перелічені стрижневі поняття, слід розгалужувати всі СКТ за такими критеріями: 1) призначення; 2) спрямованість; 3) протяжність у часі; 4) засоби реалізації; 5) результативність; 6) ефективність; 7) якість.

За критерієм «призначення» виокремлюються такі СКТ: 1) прямого призначення; 2) опосередкованого призначення; 3) дотичного призначення. СКТ прямого призначення – це така соціально-комунікаційна технологія, яка спрямована на здійснення дій-комплексів, що здійснюються в діаді «суб’єкт-об’єкт». Наприклад, СКТ обліку людей, що живуть із ВІЛ/СНІД. Соціальні працівники, які отримують пряму зарплату за свою працю, здійснюють пошук, облік і допомогу людям, що живуть із вірусом імунодефіциту та синдромом імунодефіциту.

Соціально-комунікаційна технологія опосередкованого призначення здійснюється в тріаді «суб’єкт-опосередкувач-об’єкт». Роль опосередкувача виконує будь-яка людина, яка не отримує грошову оплату за власну працю. Такими людьми слід вважати волонтерів, або добровольців, які без фінансової підтримки можуть відшукувати людей, що живуть із ВІЛ/СНІД. Нарешті СКТ дотичного призначення означає такі дії-комплекси, які здійснюються в ланцюгу: («суб’єкт-опосередкувач-об’єкт») спостерігач. Спостерігачем може виступати будь-яка людина, яка випадково почула інформацію або побачила дії соціальних працівників чи волонтерів, спрямованих на допомогу, пошук і лікування людей, що живуть із ВІЛ/СНІД. Спостерігачі не отримують гроші за своє відчуття і почуття, вболівання і переживання, добровільну допомогу і клопіт щодо згаданої категорії індивідів. Спостерігачі лише спостерігають. Їхнє співчуття є результатом СКТ. Такий результат не можна вважати кількісним показником і важко виміряти, але наявність у суспільстві таких спостерігачів свідчить про результативність і ефективність СКТ.

Критерієм, який дозволяє виокремити інші види СКТ, є «спрямованість соціально-комунікаційної технології». За згаданим критерієм виокремлюються такі СКТ: 1) об’єктивно спрямовані; 2) суб’єктивно спрямовані. Об’єктивно спрямованими СКТ слід вважати системи дій-комплексів, які здійснюються з позицій пошуку причинно-наслідкових зв’язків явищ і процесів і зрештою є корисними для суспільства.

Прикладом об’єктивно спрямованої СКТ може бути пошук причин і зв’язків між законними формами обрання президента в країні і незаконними. Пошук парламентаріями узгодження позицій щодо законних дій під час виборів – свідчення об’єктивного процесу. Корисним такий процес є у своєму результаті: колись настане час і український парламент зможе знайти конструктивне рішення (низку законів) щодо оптимального варіанта виборчої системи в державі, яка не буде порушувати права і запити громадян, які обирають.

Суб’єктивно спрямованими СКТ називають системи дій-комплексів, що здійснюються з позицій бажань, прагнень, настанов певного суб’єкта і не можуть у результаті нести користь усьому суспільству, тільки суб’єкту. Прикладом суб’єктивно спрямованих СКТ вважаємо розв’язання і ведення війни, початок революції, заколот тощо. Під час ведення війни агресивно налаштований суб’єкт (чи то людина, чи то політичний союз держав) прагне досягти вигід для себе, для власної користі, а не для соціальної групи, держави, союзу держав.

За критерієм «протяжність у часі» СКТ слід розгалужувати на: 1) короткотривалі; 2) довготривалі. За критерієм «засоби реалізації» слід вирізняти СКТ: 1) природні; 2) штучні; 3) комбіновані.

Природні СКТ є системою маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на змінення поведінки соціуму через використання природних чинниківзасобів (стихійні лиха, еволюція, коеволюція). Використання кам’яного наконечника прадавньою людиною-мисливцем стало результатом еволюційного – природного – розвитку. Природа лише була поштовхом до розвитку мислення і навичок людини. СКТ пошуку захисту від негоди й стихійного лиха привела прадавню людину до природного укриття в печерах. Саме такий еволюційний факт породив необхідність нової СКТ – побудови власними руками власного житла на кшталт печерних стін.

Штучними СКТ слід вважати таку систему маніпулятивних дійкомплексів, яка спрямована на змінення поведінки соціуму за допомогою штучно утворених чинників-засобів (верстат для друку, двигун внутрішнього згорання, пароплав, літак, фотоапарат, кіноапарат, телеграф, радіо, космічний апарат, телебачення, комп’ютер, мобільний зв’язок тощо).

Комбінованими СКТ називаємо систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на змінення поведінки соціуму за допомогою симбіозу штучно утворених і природних чинників-засобів. Прикладом комбінованих СКТ слід вважати утворення водосховищ (Каховське, Київське), які спочатку утворені штучно, передбачали постачання водою густонаселені райони України, а пізніше перетворилися на природне середовище появи риби і замулення берегів і природного звуження річища Дніпра. Комбінованою СКТ слід визнати і полум’я, воно спочатку виникло як природне явище, а пізніше штучно використовувалося для обігріву людей, приготування їжі, слугувало джерелом енергії для виробничих і наукових пошуків. Комбіновані СКТ варто було б назвати соціальними технологіями, якби не комунікаційне середовище, яке було основою для передавання процедури добування, наприклад, вогню.

За критерієм «результативність» виокремлюють СКТ: 1) локальні; 2) медіумні; 3) глобальні. Локальні СКТ передбачають короткочасні маніпулятивні дії-комплекси, наслідком яких є зміна соціуму на локальному рівні, ненадовго, у неглибокому, поверхневому смислі, у неширокому діапазоні наслідків. Прикладом локальних СКТ слід вважати виборну кампанію в межах підприємства, вишу, міста.

Медіумними (серединними) СКТ варто називати такі, що змінюють соціум на певний помітний для одного покоління проміжок часу і можуть потягнути за собою втілення глобальних СКТ. Медіумними СКТ називають, наприклад, прихід до влади нової суспільної еліти.

Глобальні СКТ – це довготривалі дії-комплекси, які обов’язково тягнуть за собою розтягнуті в часі зміни суспільства. Прикладом є винахід електричного струму або радіозв’язку, появу в людства телебачення або комп’ютерної мережі «Інтернет». Довготривалість результатів глобальних СКТ визначається кардинальною зміною якості і кількості процесів комунікації, їхньою ефективністю і прискоренням обміну думками, позиціями, заявами, претензіями, пропозиціями, рішеннями тощо.

За критерієм «ефективність» необхідно розрізняти СКТ такі антагоністичні діади і тріади: 1) високоефективні – низько ефективні; 2) сталоефективні – перемінно ефективні; 3) віддаленоефективні – помірноефективні – близько ефективні; 4) довгоплинноефективні – середньоплиннооефективні – швидкоплинноефективні. Діада перша: «високоефективні – низькоефективні СКТ».

Високоефективними соціально-комунікаційними технологіями слід вважати такі, що мають високу якість, зручність і не вимагають додаткової корекції результату. Такими СКТ можна сміливо назвати змінення масової свідомості завдяки телевізійним випускам новин (назвемо їх «СКТ подавання телевізійних новин»). СКТ подавання телевізійних новин відрізняються від інших соціальнокомунікаційних технологій своєю постійністю і регулярністю.

Низькоефективними СКТ слід вважати такі технології, що мають низьку якість, є незручними і вимагають додаткової корекції результату. Серед таких назвемо соціально-комунікаційну технологію заклику громадян країни до припинення давати і брати винагороди-хабарі (гроші, дорогі подарунки, дрібні подарунки: цукерки, шоколадки, квіти та інші «презентики») в обмін на виконання прямих службових обов’язків. Хабарництво (яке також слід розглядати як соціально-комунікаційну технологію), за оцінкою правоохоронних органів, є високоефективною СКТ, але за оцінкою боротьби з хабарництвом – досить низькоефективною СКТ.

Діада друга: «сталоефективні – перемінноефективні СКТ». Сталоефективними СКТ слід називати такі технології, які мають сталу ефективність, що не змінюється від впливом будь-яких чинників. Наприклад, сталоефективною СКТ можна вважати систему реєстрації хворих у лікарнях за місцем проживання. Починаючи з кінця 20-х років ХХ століття реєстрація хворих у лікарнях здійснюється постійно. Ніякі революційні потрясіння або війни, стихійні лиха чи техногенні катастрофи не можуть стати на заваді медичному персоналу здійснювати запис хворих за їхніми прізвищами, іменами та по-батькові. Така процедура відома ще з часів появи хворих і централізованих пунктів їхнього лікування, тобто з давніх часів існування лікарів і їхніх пацієнтів. Стала ефективність обговорюваної СКТ очевидна.

Перемінноефективні СКТ передбачають нестійкі ефективність і результат, іноді залежать від сторонніх чинників, які стають на заваді здійснення системи дій-комплексів, спрямованих на змінення моделей поведінки суспільства. Серед таких перемінноефективних СКТ ми спостерігаємо політичні вибори. Залежно від політичних епох і суспільноекономічних ладів вибори як СКТ мали різну ефективність.

У тріаді «віддаленоефективні – помірноефективні – близькоефективні СКТ», яка дозволяє розгалужувати СКТ за критерієм «ефективність» на три види, обговорюється вид «віддаленоефективні СКТ». Слід визначити віддаленоефективними СКТ такі дії-комплекси, які не дозволяють фіксувати відразу після їхнього втілення помітні зміни в соціумі, але пропонують їх у віддаленій перспективі. Прикладом може бути таке: перемовини про інтенсивне будівництво житла для кожної родини в місті не передбачають швидке надання квартири кожній сім’ї, але протягом певних десятиліть забезпечення багатьох сімей житлом. Отже, перемовини про будівництво житла є віддалено ефективною СКТ. Іншим видом СКТ будуть перемовини з терористами про термінове і негайне надання їм літака, грошей і вільного вильоту до бажаної ними країни. Ефективність таких перемовин як виду СКТ визначається теперішнім моментом, а значить перемовини з терористами в даному випадку слід вважати близькоефективною СКТ.

Помірноефектиними СКТ вважаються ті, які передбачають прояв і фіксацію ефективності протягом не далекого і не близького майбутнього часу. Наприклад, помірноефективною СКТ є екзаменаційно-залікова сесія в навчальному плані ВНЗів (вищих навчальних закладів). Студенти, приходячи на заняття до вишу, знають, що в недалекому майбутньому (через тричотири-п’ять місяців) їх очікує декілька заліків та іспитів як форм контролю знань, набутих за період навчання на певному курсі. Не можна називати згадані декілька місяців віддаленою ефективністю, але не назвеш таку перспективу ефективності близькою. Отже, вона визначає вид помірноефективної СКТ.

Остання тріада видів СКТ, а саме «довгоплинноефективні – середньоплиннооефективні – швидкоплинноефективі технології» дає змогу розгалузити СКТ за ознакою дії ефективності в часі.

Довгоплинноефективні СКТ – це такі технології, що передбачають прояв ефективності протягом довгого часу (сорок-п’ятдесят і більше років, або період життя понад одне покоління). Прикладом таких слід вважати технологію реєстрації громадян за місцем їхнього проживання. Починаючи від 30-х років ХХ століття радянська влада запропонувала суспільству постійну реєстрацію громадян за місцем постійного їхнього мешкання в містах і селах. Така соціально-комунікаційна технологія була названа «пропискою», оскільки в певних відділах, які назвали «паспортними столами» при районних відділах внутрішніх справ (РВВД), ставили штамп у паспорті кожного громадянина і рукописно заповнювали в штампі відомості про те, якого числа, місяця і року той був зареєстрований за певною адресою. Соціологи такий спосіб реєстрації називали «інститутом прописки». Справделивим буде описану процедуру реєстрації громадян називати соціально-комунікаційною технологією. Незважаючи на скасування інституту прописки на теренах СНД, нині існує та сама СКТ з іншою назвою, а саме «реєстрація громадян». За своєю сутністю згадана СКТ не відрізняється від інституту прописки, але семантично назва набула іншого смислового забарвлення. Ефективність СКТ реєстрації громадян визначається тим, що будь-який громадянин України (навіть СНД) видний «як на долоні» для спеціальних служб, які опікуються небезпекою країни. Пересування громадян країною і їхнє постійне проживання нині чітко зафіксоване органами міністерства внутрішніх справ, що необхідно для здійснення оперативно-пошукових дій у випадку такої потреби. Довготривала ефективність СКТ «реєстрації громадян», а раніше «інститут прописки», дозволяє називати її довгоплинноефективною СКТ.

На відміну від описаних довгоплинноефективних СКТ слід виокремлювати середньоплинноефективні СКТ, сутність результативності яких визначається впродовж нетривалого часу, але помітного в житті людини (від п’яти до тридцяти років, або протягом життя одного покоління). Швидкоплинноефективими соціально-комунікаційними технологіями слід називати такі, результативність яких протікає впродовж періоду від одного-двох днів до п’яти років. Результати згаданих СКТ нестійкі й нетривалі. На пам’яті однієї людини таких СКТ відбувається декілька десятків, можливо, сотень.

Швидкоплинноефективні СКТ здійснюються легко, готуються недовго і, як наслідок, не залишаються надовго у свідомості суспільства. Прикладом швидкоплинноефективних СКТ можна назвати такі: кампанія «Чисто не там, де замітають, а там, де не смітять»; кампанія, спрямована на збирання пластикових пляшок на горі Говерла; кампанія, спрямована на запобігання зараження вірусом «пташиного грипу» (весна 2007 року в Китаї) або «свинячого грипу» (осінь-зима 2009 року в Україні).

За критерієм «якість» потрібно виокремлювати такі СКТ: 1) високоякісні; 2) середньо якісні; 3) низькоякісні; 4) неякісні. Високоякісними соціально-комунікаційними технологіями називаємо ті дії-комплекси, які спрямовані на зміни в суспільстві, орієнтовані на високий результат і якість. Високим результатом слід називати такий, що поліпшує показники на 31 % і вище. Прикладом є соціально-комунікаційна технологія навчання дітей грамоті в першому класі середньої школи. Коли діти 6 років приходять до першого класу, відсоток таких, що знають абетку та володіють початковими навичками читання, дорівнює 30−40 %. Наприкінці навчального року, коли закінчується період навчання грамоти, відсоток дітей, які читають, збільшується до 100. Отже, підвищення показника фіксується на рівні 60−70 %. Такий результат ми вважаємо високоефективним.

У випадку, коли показник підвищення результату дій-комплексів, спрямованих на змінення соціуму, дорівнює 20−30 %, соціальнокомунікаційні технології слід вважати середньоякісними. Наприклад, у випадку, коли СКТ навчання десяти собак елементарним навичкам виконання простих команд інструктора-кінолога дозволяють зафіксувати гарний результат на рівні 2−3 собак, такий результат слід вважати середньоефективним.

Нарешті низькоякісними СКТ слід вважати такі, що підвищують результат тільки у межах від 2−3 до 15−19 %. Прикладом можна вважати зміну тарифів на розмови в мережі одного оператору мобільного зв’язку на 2-5 % через приховування збільшення тарифів за з’єднання з абонентом конкуруючого мобільного оператора. Неякісними соціально-комунікаційними технологіями варто вважати ті, що змінюють суспільство менш, ніж на 2 % або взагалі не здійснюють змін. У нашому житті таких СКТ досить багато. Наприклад, збільшення тарифів для проїзду в міських маршрутних таксі люди вважають низькоякісною СКТ, оскільки кількість пасажирів зменшилася, а прибуток піднявся на 1-2 %. Раніше описано види соціально-комунікаційних технологій, які виокремлюються за декількома критеріями. Досвід показує, що з часом, коли життя буде стрімко змінюватися, кількість і якість критеріїв буде змінюватися, що потягне за собою об’єктивну зміну як кількості, так і якості видів СКТ.

2.3 Функції соціально-комунікаційних технологій.

Соціально-комунікаційні технології виконують різні функції, які виокремлються за такими напрямками: 1) онтологічні (буттєві); 2) гносеологічні (пізнавальні); 3) праксеологічні (ті, що реалізуються на практиці).

За онтологічним напрямком слід розрізняти такі функції СКТ: 1) стверджувальні (такі, що дозволяють стверджувати існування низки проблем, виконання яких ставлять собі за мету СКТ); 2) соціально-природні (які доводять, що будь-які СКТ мають місце тільки в суспільстві і спираються на природні механізми та процеси функціонування об’єднання людей); 3) інституціональні (які ведуть до становлення й устаткування СКТ як стимулів до появи соціальних інституцій).

Гносеологічний напрямок дозволяє виокремлювати такі функції СКТ: 1) пізнавальні (спрямовані на пізнання об’єкта дослідження); 2) стимулюючі (спрямовані на поштовх до нових знань); 3) прогностичні (що за дослідженнями поточних результатів і вимірювання стану суспільства дозволяють спроектувати результати його розвитку на майбутнє); 4) систематизувальні (дозволяють упорядкувати накопичені знання і підготувати їх до аналізу); 5) гіпотезувальні (такі, що стимулюють появу передбачення в процесі пізнання); 6) аргументативні (ведуть до необхідності застосування у процесі пізнання систему доказів і операцій, пов’язаних із формальною логікою).

У межах праксеологічного напрямку виокремлюються такі функції СКТ: 1) комунікативні (такі, що стосуються ідеї і теорії використання СКТ у полі спілкування, обміну інформацією); 2) комунікаційні (свідчать про те, що соціально-комунікаційні технології користуються засобами спілкування, конкретними інструментами і маркерами); 3) прагматичні (які дозволяють впливати на діяльність суспільства); 4) стимулюючі (що свідчать про спонукання і підштовхування активних членів суспільства до реалізації СКТ); 5) акторські (стимулюють активність членів суспільства і ведуть до набуття статусу соціального актора).

2.4 Зв’язок соціально-комунікаційних технологій з різними галузями діяльності соціального актора.

Соціально-комунікаційні технології пов’язані з іншими галузями діяльності соціального актора. Під час подальшого розгляду слід звернути увагу на те, що існують зв’язки: 1) тісні (прямі); 2) опосередковані (непрямі); 3) слабкі (на межі розриву або згасання); 4) минулі зв’язки (нещодавно втрачені, але такі, що мають залишковий характер впливу або взаємовпливу СКТ на різні галузі діяльності соціального актора).

Тісними (прямими) зв’язками СКТ із різними галузями діяльності соціального актора слід називати такі, що дозволяють безпосередньо черпати знання з соціальних комунікацій, психології, філософії, культурології, соціології, історії, лінгвістики, економіки тощо.

Опосередкованими (непрямими) зв’язками СКТ з іншими галузями діяльності соціального актора слід називати такі, які через базові знання 98 дозволяють аналізувати соціальні явища. Серед таких галузей діяльності соціального актора: менеджмент, рекламна діяльність, психологічна лінгвістика, соціальна психологія, соціологічна лінгвістика, інноваційний менеджмент тощо.

Слабкі (на межі розриву або згасання) зв’язками СКТ з іншими галузями діяльності соціального актора зустрічаються доволі рідко. Характеризуються втратою прямих або опосередкованих стосунків, взаємин між базовими та похідними галузями діяльності і знаннями індивідів, соціальних груп і спільнот у соціумі. Слабким зв’язком слід вважати, наприклад, СКТ контролю за оплатою комунальних послуг соціальними акторами з такою галуззю, як підвищення рівня соціальної відповідальності індивідів. Слід також врахувати існування минулих зв’язків (нещодавно втрачених, але таких, що мають залишковий характер впливу або взаємовпливу СКТ на різні галузі діяльності соціального актора).

Ілюстрацією минулих зв’язків можна вважати втрату взаємовпливу СКТ централізованого показу художніх кінофільмів (або проведення концерту) в системі Будинків культури і такою галуззю діяльності соціального актора, як урочисте публічне нагородження передовиків виробництва перед демонстрацією кінофільму (проведенням концерту). Нині згадані зв’язки майже втрачені, але деінде в соціальних організаціях і виробничих колективах ще проводяться нагородження кращих працівників.

Здійснення типологізації зв’язків соціально-комунікаційних технологій із різними галузями діяльності соціального актора дозволяє констатувати необхідність визнання факту активного існування інституції соціальнокомунікаційних технологій.

**Завдання для самоперевірки**

1. Перелічіть структурні складники соціально-комунікаційних технологій.

2. Доведіть доцільність здійснення соціального вимірювання як структурного складника соціально-комунікаційних технологій.

3. Назвіть критерії розгалуження всіх соціально-комунікаційних технологій.

4. Наведіть три приклади використання соціально-комунікаційних технологій прямого призначення.

5. Проілюструйте власними прикладими доцільність застосування довгоплинноефективних соціально-комунікаційних технологій.

6. Назвіть функції соціально-комунікаційних технологій.

7. Соціально-комунікаційні технології пов’язані з іншими галузями діяльності соціального актора. Назвіть такі.

8. Проілюструйте опосередковані (непрямі) зв’язки соціальнокомунікаційних технологій з іншиим галузями діяльності соціального актора.

9. Доведіть думку про те, що така технологія, як «реєстрація громадян», є ефективною.

10. Напишіть есе або реферат на одну з тем, поданих далі

**Теми есе й рефератів**

1. Взаємозалежність складових елементів структури соціальнокомунікаційних технологій.

2. Ефективність використання в соціальній активності різних видів соціальнокомунікаційних технологій.

3. Вплив функцій соціально-комукнікаційних технологій на вибір їхнього доцільного використання.

4. Зв’язок соціально-комунікаційних технологій з іншими галузями діяльності соціального актора.

5. Особливості фінального вимірювання досягнень соціально-комунікаційних технологій.

**ТЕМА 3 ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ І ФОРМУВАННЯ ТЕОРІЙ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

3.1 Психологічне підґрунтя в історії досліджень комунікаційних технологій (біхевіоризм, необіхевіоризм, Б. Скіннер)

3.2 Соціологічні джерела в історії вивчення комунікаційних технологій (М. Вебер, Т. Парсонс, Ю. Ґабермас)

3.3 Становлення теорії діяльності в історії розвитку соціальнокомунікаційних технологій (С. Рубінштейн, Л. Виготський)

3.1 Психологічне підґрунтя в історії досліджень комунікаційних технологій (біхевіоризм, необіхевіоризм, Б. Скіннер).

За кордоном дослідники соціальних технологій у своїх уявленнях спиралися насамперед на вчення про поведінку людини. Одним із таких учень у психології став біхевіоризм (від англ. Bihaviour – «поведінка»), розквіт якого припав на двадцяті роки ХХ століття. Провідною ідеєю біхевіоризму стало переконання в тому, що поведінку людини слід розглядати як сукупність рухових, вербальних та емоційних відповідей на вплив із боку зовнішнього середовища.

Біхевіористи, спираючись на результати фізіологічних досліджень російських учених В. М. Бехтерева та І. П. Павлова, стверджували, що вже під час народження Людина має невелику кількість таких схем поведінки, як ковтання, ссання, дихання тощо. На базі згаданих поведінкових схем, на думку засновників біхевіоризму Е. Торндайка і Дж. Уотсона, зароджуються складніші процеси. Якщо реакція є вдалою, вона закріплюється у свідомості людини. Таку реакцію легко поновити завдяки «спробам і помилкам».

Ідеї біхевіористів удосконалили необіхевіористи, які в поведінкову схему, окрім стимулу (S) і реакції (R), увели проміжний елемент – «об’єкт» (O). Технології поведінки почав вивчати Беррес Фредерик Скіннер (1904– 1990) – американський психолог, прихильник ідей біхевіоризму, який піддав критиці необіхевіористів за механістичність. Ідеї Б. Скіннера висловлені в його праці «Поведінка організмів», яка побачила світ 1938 року. Ототожнюючи поведінку тварин і людей, дослідник поширив власні висновки на дослідження з опанування мовлення, психотерапію, а також на навчання в школі. Цікаво, що саме Б. Скіннер виступав з ідеєю перебудови суспільства на підґрунті ідей оперантного біхевіоризму про керування людською поведінкою.

Теперішні дослідники мають бути вдячними ідеям біхевіористів і необіхевіористів, які заклали підґрунтя для пошуку методології і критеріїв диференціації комунікаційних технологій.

3.2 Соціологічні джерела в історії вивчення комунікаційних технологій (М. Вебер, Т. Парсонс, Ю. Ґабермас).

Розвиток в історії ідей комунікаційних технологій варто розглянути і з позицій соціологічних координат концепції розуміючої соціології, яку запропонував відомий німецький соціолог Макс Вебер (1864–1920). Одним із наріжних у його теорії є поняття «соціальна дія». Автор терміна М. Вебер назвав соціальною таку дію, яка орієнтована на відповідну реакцію очікування. Іншими словами, індивід або соціальна група здійснюють цілеспрямовану активність щодо іншого індивіда або соціальної групи. При цьому ініціатори активності очікують адекватну активність від співучасника взаємної активності.

Згідно з М. Вебером, соціальна дія відбувається за таких умов: 1) дія повинна орієнтуватися на минулий, теперішній досвід та очікувану в майбутньому поведінку учасників взаємної активності; 2) дія повинна бути усвідомленою як з боку ініціаторів, так і з боку тих, на кого вона спрямована; 3) дія повинна бути суб’єктивно мотивованою. Соціальні дії, що пов’язані між собою причинною залежністю, за теорією М. Вебера, слід називати соціальною взаємодією. Іншими словами, соціальна взаємодія – це взаємний спрямований на іншого вплив, свідомий обмін активністю, інформацією, грішми, досвідом, навичками, уміннями, цінностями тощо. Такий обмін зумовлений дією соціальної системи. М. Вебер вважав, що соціальні дії здійснюються в різних галузях життєдіяльності людини, а саме: економічній, професійній, сімейно-родинній, демографічній, політичній, релігійній, територіальній. Усі форми соціальної взаємодії дослідник розгалужував на кооперацію, конкуренцію, суперництво і конфлікт.

Соціологічне дослідження Вебера М. здійснило потужний поштовх до виокремлення в межах соціології понять і категорій, які лягли в основу розуміння соціальними комунікаціями категорії «соціально-комунікаційні технології». Після Вебера М. активним продовжувачем дослідження соціальних дій був Талкотт Парсонс (1902–1979) – відомий американський соціолог, який очолив наукову школу структурного функціоналізму та став одним із засновників сучасної теоретичної соціології й антропології. Аналізуючи суспільство і соціальні дії, які нині розглядаються як соціально-комунікаційні технології, Т. Парсонс зауважував, що суспільство повинно мати власні цілі і бути пристосованим до середовища. Усі елементи суспільства повинні бути скоординованими, а цінності – передаватися.

Нині відомо, що передача цінностей і координація соціальних дій у суспільстві можлива тільки завдяки соціально-комунікаційним технологіям. Т. Парсонс запропонував теорію соціальної дії, розрізняючи в ній поняття «діяльність» і «поведінка». На думку дослідника, діяльністю слід називати процес, що виражається в доцільній зміні і перетворенні людиною світу та свідомості, яка складається з мети, засобів і результатів. Поведінкою, як вважав Т. Парсонс, є система взаємопов’язаних дій, які здійснюються суб’єктом для реалізації певної функції і які потребують його взаємодії із середовищем. Теорія Т. Парсонса була запропонована в праці «Структура соціальної дії», яка вийшла 1937 року.

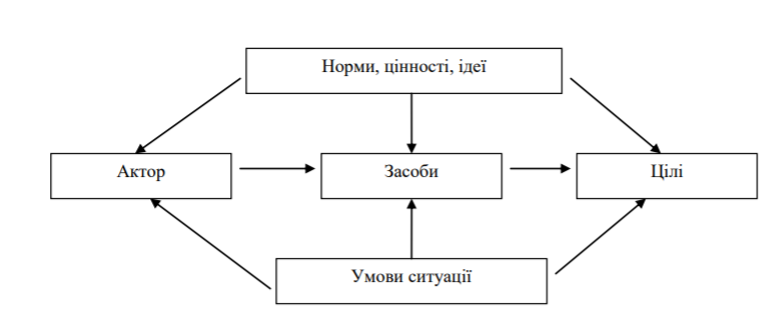
Основні поняття і категорії теорії соціальної дії дослідника зображено на рис.1.1 

Рисунок 1.1 – Структурні складники теорії соціальної дії (за Т. Парсонсом)

Пошук підґрунтя для становлення сучасних ідей і теорій соціально-комунікаційних технологій дає право виокремити такі особливості теорії соціальної дії Т. Парсонса:

1) будь-який актор у своїй діяльності прагне досягти певних цілей, що можливо завдяки засобам;

2) такими засобами є спеціально спрямовані соціальні дії (вплив на об’єкт взаємодії з очікуваннями адекватного реагування від нього);

3) як соціальні дії суб’єкта, так і адекватне реагування об’єкта соціальної взаємодії спираються на вже відомі, стійкі способи (технології), що формуються під впливом умов ситуації взаємодії і норм, цінностей та ідей певного суспільства.

Отже, уся соціальна діяльність суб’єкта спирається на соціально-комунікаційні технології. Термін «соціально-комунікаційні технології» Т. Парсонс ще не вживав у свої теорії соціальної дії, але був досить близьким до сучасних ідей, пов'язаних із ними. Згідно з Т. Парсонсом, соціальна дія має підсистеми, які автор назвав «біологічний організм», «система особистості («Его»)», «соціальна система» і «система культури».

У підсистемі «біологічній організм» є важливим індивідуальний психологічний стан (інстинкти, біологічні потреби, які впливають на поведінку людини). Нині дослідники також розглядають психологічний стан людини як один із важливих чинників ефективності соціально-комунікаційних технологій.

У підсистемі «система особистості («Его»)» Т. Парсонс звернув увагу на мотиваційну структуру індивіда. Дослідник вважав, що організм і система особистості разом утворюють «базисну структуру», тому що вони є сукупністю індивідуальних потреб, диспозицій. Т. Парсонс називав таку сукупність ціледосягнення і вважав її чинником задоволення потреб. Нині чинники системи особистості й, передусім, сукупність ціледосягнення в теоріях соціально-комунікаційних технологій є визначальними.

Підсистему «соціальна система» утворює сукупність зразків поведінки, соціальної взаємодії, яку Т. Парсонс називав «інтеракція», і соціальні ролі, або інтеграція. У сучасних концепціях соціально-комунікаційних технологій зустрічаються обидва терміни, що ще раз доводить причетність теорії соціальної дії Т. Парсонса до новоутворень у галузі «соціальні комунікації».

«Система культури», на думку Т. Парсонса, повинна об’єднувати в собі культурні цінності й соціальні норми, які є необхідними для стабільного функціонування суспільства. Саме культурні норми і цінності, згідно із сучасними концепціями соціально-комунікаційних технологій, передаються технологічними засобами і каналами. Отже, і четверта підсистема системи соціальних дій Т. Парсонса відповідає нинішньому уявленню дослідників про структуру і принципи соціально-комунікаційних технологій.

Після ідей Т. Парсонса, пов’язаних із теорією соціальних дій, наступний дослідник Юрген Ґабермас ще більше наблизився до нинішніх поглядів фахівців із соціальних комунікацій (зокрема, соціально-комунікаційних технологій). Провідною проблематикою для нього став комунікативний розум. У праці «Пізнання та інтерес» (1968 року) Ю. Ґабермас висловлює думку про існування універсального комунікаційного суспільства, у якому комунікація залежить від суспільних умов. Саму комунікацію Ю. Ґабермас розмежовує на вільну комунікацію і комунікації, що підпадають під вплив взаємин панування – підлеглості.

У праці «Попередній роздум щодо теорії комунікативної компетенції» (1971 р.), а через десять років у праці «Теорія комунікаційної дії» (1981 р.) Ю. Ґабермас звертається до розробки поняття «розум», яке спирається на теорію мовленнєвих актів, досить модну того часу. Нині стало традицією серед соціологів звертатись до теорії комунікаційної компетенції і теорії комунікаційної дії у випадку, коли йдеться про соціальні дії і комунікаційні дії у суспільстві. Фахівці із соціальних комунікацій можуть також пишатися знанням ідей і теорій Ю. Габермаса, оскільки положення згаданих теорій продовжують чітку прогресивну лінію розвитку ідей пошуку критеріїв розгалуження соціально-комунікаційних технологій як соціальних дій і комунікаційних та їхнього подальшого опису й класифікації.

3.3 Становлення теорії діяльності як базової для розвитку соціально-комунікаційних технологій (С. Рубінштейн, Л. Виготський).

Соціологічні вчення М. Вебера, Т. Парсонса та Ю. Ґабермаса не були виокремлені із загального потоку розвитку наукових ідей, що стосувались досліджень комунікації у суспільстві. Разом із соціологічними теоріями паралельно інтенсивно розвивались теорії у межах психології. Поняття «соціальна дія», «комунікативна дія» пояснювались і психологами, хоча де в чому й з інших позицій.

У психології проблеми визначення ролі діяльності і свідомості в житті суспільства, проблеми методології, проблеми взаємозв’язу і єдності психічних функцій і діяльності досліджував Сергій Рубінштейн (стаття «Принцип творчої самодіяльності» 1922 року).

Розгалуження понять «дія» і «діяльність» подається на початку тридцятих років ХХ століття в культурно-історичній теорії російського дослідника Лева Виготського (праці «Історія розвитку вищих психічних функцій» 1931 року, «Мислення та мовлення» 1934 року).

Сергій Леонідович Рубінштейн (1889–1960) у праці «Основи загальної психології» (1946 року) розробив теорію діяльності, яку ще називають діяльнісним підходом у психології. Теорія діяльності була створена протягом двадцятихтридцятих років ХХ століття. Положення теорії діяльності спираються на культурно-історичний підхід, запропонований Левом Семеновичем Виготським (1896–1934).

Сутність теорії діяльності відповідає нинішнім підходам, на які спираються фахівці із соціальних комунікацій і соціально-комунікаційних технологій. Основні позиції теорії діяльності такі:

1) не свідомість визначає діяльність, а діяльність визначає свідомість;

2) діяльність – це сукупність дій, що спрямовані на досягнення цілей;

3) свідомість і діяльність утворюють єдність, але не тотожність;

4) психіка і свідомість формуються в діяльності;

5) психіка і свідомість проявляються в діяльності;

6) діяльність регулюється свідомістю;

7) свідомість не дається суб’єктові безпосередньо для самоспостереження;

8) свідомість можна пізнати лише через систему суб’єктивних взаємин;

9) діяльність суб’єкта є підґрунтям для його розвитку.

Паралельно з С. Рубінштейном пропонує власний підхід до вивчення свідомості і діяльності як взаємозалежних процесів.

**Завдання для самоперевірки**

1. У чому полягає психологічне підґрунтя в історії досліджень комунікаційних технологій (біхевіоризм, необіхевіоризм, Б. Скіннер)?

2. Як вплинув необіхевіоризм на формування ідей майбутніх соціальних комунікацій?

3. Чому соціологію можна вважати джерелом в історії вивчення комунікаційних технологій (М. Вебер, Т. Парсонс, Ю. Ґабермас)?

4. Як вплинула теорії діяльності на розвиток соціально-комунікаційних технологій (С. Рубінштейн, Л. Виготський Л.)

Теми рефератів

1. Особливосоті біхевіоризму в історії досліджень комунікаційних технологій.
2. Вплив соціальних дій на формування історії вивчення комунікаційних технологій
3. Роль теорії діяльності в становленні соціально-комунікаційних технологій.

**ТЕМА 4 СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРАЦЯХ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ ДОСЛІДНИКІВ**

4.1. Соціально-комунікаційні технології у працях українських науковців.

4.2. Соціально-комунікаційні технології у працях зарубіжних учених.

* 1. Аналіз дослідниками сутності взаємодії соціально-комунікаційних технологій та суспільства спрямований в основному на конкретизацію основних аспектів дії соціальнокомунікаційних технологій.

Українські дослідники соціально-комунікаційних технологій пов’язують їх передусім із формувальним впливом на масову свідомість. Зокрема, О. Коновець зазначає, що в основі комунікаційних технологій лежить використання сучасних способів і методів впливу на масову свідомість.

Г. Почепцов визначає спробу впливу на масову свідомість характерною рисою СКТ, що відрізняє їх від інших варіантів міжособистісного впливу. Приділивши велику увагу розгляду комунікаційних технологій ХХ століття, учений називає законом СКТ тенденцію опори при створенні своїх повідомлень на вже наявні в суспільстві комунікативні потоки, в основі яких лежить комунікація. На думку дослідника, це підтверджується тим, що шляхом внесення в комунікацію намагаються досягнути змін у поведінці за рахунок змін моделі світу людини. Такі переходи Г. Почепцов ілюструє наступним чином: зміни в комунікації – зміни в моделі світу – зміни в поведінці. Учений запропонував концепцію комунікативного інжинірингу, що передбачає створення й утримання такої картини світу, яка дозволить у потрібному руслі трансформувати світ реальний. З точки зору Г. Почепцова, комунікативний інжиніринг спрямований на доставку потрібних змістів заданим цільовим аудиторіям. Це можуть бути революційні змісти, що здатні трансформувати суспільство, а можуть бути і заспокійливі смисли, які ми бачимо, приміром у «мильних операх» та інших розважальних жанрах».

Дослідження функціонування сучасних технологій спричинило суттєве, переосмислення поглядів науковця. Аналізуючи застосування виборчих технологій на президентських виборах 2012 р. у США, Г. Почепцов приходить до висновку, що «закінчився час масових комунікацій, настав час демасифікації – нішевих та індивідуальних комунікацій». Підґрунтям для такого висновку стали нові тенденції президентської виборчої кампанії у США:

– персоналізація кампанії, зростання нішевих та індивідуальних комунікацій;

– падіння ролі сегменту білих чоловіків;

– зростання ролі жіночого голосування;

– зростання ролі етнічного голосування;

– зростання ролі молодіжного голосування.

З точки зору дослідника громадської думки В. Набруска, теоретичний розгляд конкретних комунікаційних технологій потребує «обґрунтування з точки зору враховування соціально-психологічних механізмів впливу інформації як такої, що впливає як на масову свідомість, так і на свідомість конкретної людини». Про вплив масової комунікації на мережеву говорить Л. Городенко, визначаючи таку ознаку мережевої комунікації, як інмутація. За висновком дослідниці, інмутація у мережевій комунікації виникає у процесі спілкування, а також надмірного захоплення індивідом віртуальною реальністю.

Дослідженню основ масовокомунікаційного впливу особливу увагу приділяє В. Різун, розглядаючи масовокомунікаційні технології. Учений наголошує на гостроті питання комунікаційного впливу на маси у наш час, що пояснюється отриманням терміном негативної конотації з історичних причин. На думку науковця, слід боятися не впливу і не його технологій здійснення, а цілей та змісту впливу. Розглядаючи основи технології масово-комунікаційного впливу, вчений визначає концептуальні засади масовокомунікаційних технологій.

Як зазначає В. Різун, для керування масовою поведінкою комунікантам потрібно вибудовувати «технологію керування» на механізмі природної, стихійної масової поведінки. Розглядаючи медіа як засіб «соціальної телепатії» (коли люди починають однаково думати та почувати), науковець стверджує, що технології впливу на маси «лежать у площині маніпуляцій людьми незалежно від цілей їх гуртування» та базуються на прихованому впливові на особу з метою її масифікації або на масу з метою керівництва нею.

В. Різун називає технології масового впливу маніпулятивними технологіями, наголошуючи не на негативній конотації цього означення, а саме на прихованості для адресата процесу упливу на нього. Формулюються основні принципи спротиву суспільства маніпуляціям над свідомістю мас. У межах концепту «четверта влада» (влада медій) називаються ознаки технологій массового впливу, а саме: переконання, безапеляційність, преференційність висловлення, симуляція наукових підходів, стратегій.

Для класичної журналістики управління свідомістю і поведінкою може бути пов’язано з формуванням індивіда як суб’єкта інформаційного простору громадянського суспільства – незалежного, здатного до критичного осмислення інформації, не підвладного маніпулюванню з боку ЗМІ. Цей погляд підтверджує основний принцип сучасної науки про масову комунікацію, що, за визначенням В. Різуна, полягає в тому, що комунікатів розглядають як активних суб’єктів процесу спілкування, які відносно здатні протистояти впливові на них (суб’єктносуб’єктний підхід). Хоча, як зауважує науковець, цей підхід не є стовідсотковою панацеєю від маніпуляцій, адже постійно витворюються адекватні рівню розумового зростання аудиторії засоби, методи, технології впливу.

Швидкі зміни в сучасному світі вимагають від дослідників СКТ врахування трендів розвитку інформаційного суспільства (наприклад, зникнення чітких меж між приватним і публічним, між інформуванням і розвагою, між віртуальним і реальним) і нових підходів. Г. Почепцов подає приклади таких підходів, аналізуючи сучасні закордонні дослідження. Як зауважує науковець, характерні риси сучасного гуманітарного інструментарію (об’єктивність, міждисциплінарність, прикладний характер) змінюють типові уявлення про наукову розвідку в цій галузі.

Нові виміри об’єктивності досягаються за рахунок використання даних томографії мозку (показують, які ділянки мозку активізуються), що знайшло застосування в технологіях нейромаркетингу, нейроіміджингу і нейробрендингу. Міждисциплінарність зумовлена активним залученням більш ефективних засобів з інших професійних ділянок, наприклад, використання військовими маркетингових технологій і інструментарію антропології (культурна чи етнографічна розвідка). Прикладний характер досліджень постає як виклик на нові завдання перед соціальними науками. Одним з найважливіших, як зазначає Г. Почепцов, «слід вважати необхідність роботи на більш глибинному ментальному рівні». Необхідність виконання нових прикладних завдань спричинила зміну інструментарію (наприклад, фрейми, наративи).

При дослідженні підґрунтя соціально-комунікаційних технологій науковці звертають увагу і на значущі тренди розвитку ЗМК:

– конструювання реальності через контроль над порядком дій, що висвітлюються;

– монополізацію суспільно важливих каналів інформації, що надає змогу підмінювати ЗМК не тільки канал, але й джерело інформації;

– вплив на глибинні структури комунікації, що призводить до переформатування картини світу як окремої особи, так і суспільства;

– зміну «ери класичних мас-медіа» періодом соціального медіа-буму; – використання нових медіа-майданчиків (насамперед соціальних мереж) в інформаційно-психологічному протистоянні;

– самосегментацію аудиторії;

– створення інтернетних ЗМІ;

– зниження інтересу до газет;

– появу конвергентних медіа;

– зниження інтересу до новин;

– новий феномен інформаційного простору – журналістика без журналістів (джерелом наповнення матеріалом сучасних видань є переважно матеріали інформаційних агентства чи піар-структур);

– зростання ролі розважального контенту як єдиного джерела можливого інформування деяких сегментів населення;

– експлуатацію українськими ЗМІ психотерапевтичної ролі медіа (роль розважального телебачення).

Значну увагу як закордонні, так і вітчизняні науковці приділяють осмисленню сучасного досвіду використання соціально-комунікаційних технологій, що дозволяє збагатити теорію СКТ. Наприклад, Г. Почепцов аналізує успішне використання нових методів у виборчій кампанії Б. Обами (новий варіант розміщення реклами, активне використання персональної інформації (профіль кожного індивідуального виборця), застосування нових інтернет-стратегій та невдалі технологічні прийоми.

М. Бабак визначає тенденції використання комунікативних методів політичного іміджетворення. О. Порфімович, осмисливши наслідки для іміджу органів державної влади та управління революційних подій 2013–2014 рр. в Україні, пропонує запровадити систему для оцінювання іміджу та умовну його індикацію. На підставі того, який індикатор привласнюється об’єкту позиціонування, рекомендуються заходи з покращення іміджу, люстрації або санації об’єкта.

Автори навчального посібника «Сугестивні технології маніпулятивного впливу» (В. Петрик, М. Присяжнюк, Л. Компанцева, Є. Скулиш, О. Бойко, В. Остроухов), досліджуючи сутність і засоби маніпулювання свідомістю,знайомлять з особливостями використання таких сучасних сугестивних технологій, як нейролінгвістичне програмування, політичний нейромаркетинг, «чорний» піар. О. Бойко у навчальному посібнику «Політичне маніпулювання», крім технологій реалізації політичного маніпулювання, досліджує способи захисту від нього.

В. Корнєєв у докторській дисертації «Соціальнокомунікаційний підхід в українській науці» окреслив перспективи розвитку наукової спеціальності «прикладні соціальнокомунікаційні технології». За час проведення аналізу (2008–2015 рр.) в спеціальності захищено 37 кандидатських та 2 докторських дисертації. Науковець виділив 5 груп наукових праць, відповідно до їх проблемно-тематичних особливостей.

До першої, найбільшої групи віднесено роботи, об’єктом яких є зв’язки з громадськістю, зокрема, окремі технології формування іміджу, його позиціювання та розвиток. Ця група включає праці 12 авторів: Олени Садовник, Алли Бахметьєвої, Катерини Кириченко, Олександра Курбана, Анастасії Павленко, Світлани Кулик, Вікторії Долюк, Марії Зубарєвої, Ольги Гусак, Ольги Володченко, Юлії Шафаренко, Маргарити Нетреби.

До другої групи віднесено дослідження, об’єктом яких є реклама, насамперед феноменологічні дослідження реклами та її окремі функції, а також значимі стратегії. Це 13 роботи 10 авторів, в тому числі й одна докторська дисертація – Любові Хавкіної, та 9 кандидатських дисертацій, авторами яких є: Сергій Соловйов, Наталія Фурманкевич, Анжела Лященко, Наталія Ковтун, Ольга Пожпружнікова, Айше Платонова, Ірина Мудра, Мар’яна Кіца, Олександра Андрєєва (випускниця ОНПУ).

Третя, не надто численна група – 5 праць, об’єднує дослідження, автори яких за об’єкт обрали технології та інструменти соціальної комунікації. До цієї групи включено таких авторів: Дмитра Олтаржевського (докторська дисертація), Вікторію Бабенко (перша захищена дисертація зі спеціальності 27.00.06), Анну Шевченко, Наталію Островську та Анну Баранецьку.

Четверта група кількісно найменша і містить всього три дослідження. Підставою для виділення цієї групи є об’єкт вивчення, а саме: вплив як категорія комунікаційної діяльності, автори: Тетяна Пшенична, Ганна Цуканова, Яна Гаврилова. Останню, п’яту груп автор досить умовно назвав группою інновацій, вона містить 9 досліджень, які не можна вкласти в межі попередніх категорій і які хоч і відповідають паспорту спеціальності, все ж складно об’єднати в інші групи, більш значимі категоріально. Це роботи: Вікторії Золяк, Ігоря Балинського, Ольги Микитів, Юлії Паливоди, Олександри Чувакової, Світлани Кость, Ігоря Парфенюка, Олексія Сищука, Ольги Дженжебір. Як зауважує В. Корнєєв, окреслена палітра соціальнокомунікаційних досліджень у межах спеціальності «прикладні соціально-комунікаційні технології» розкриває і потенціал спеціальності, і проблеми її розвитку.

Підвищений інтерес дослідників різних галузей викликає інтенсифікація використання окремих різновидів СКТ (наприклад, іміджевих технологій, технології інформаційного охоплення, технології інформаційного протиборства, паблік рилейшнз). Зокрема, політична ситуація в країні стає поштовхом для переосмислення теоретичних основ технології «інформаційні війни». Про необхідність підвищення вимог до інформаційної складової воєнних операцій говорить Г. Почепцов, аналізуючи такий різновид війни, як «квазівійна», з якою зіткнулася наша країна в Криму.

На важливості дослідження і врахування нових тенденцій використання технологій для інформаційної безпеки наголошує М. Хилько, аналізуючи застосування Російською Федерацією масово- та соціально-комунікаційних технологій у реалізації цілей своєї зовнішньої політики. Особливістю задіяних технологій, за висновком дослідника, є поєднання радянських авторитарних технологій пропаганди з новітніми західнимидосягненнями в галузі масових і соціальних комунікацій. Водночас аналіз і узагальнення практичної реалізації технологій утруднює постійна змінність (трансформація) технологій, викликана активним застосуванням у різних сферах і пошуком та втіленням нового інструментарію впливу СКТ.

Аналізуючи особливості практичної реалізації СКТ, дослідники акцентують увагу на:

– розходженні в розумінні окремих технологій, спричиненому динамікою використання методів технології в різних сферах, активній трансформації певних технологій і неузгодженості використання термінів у практичній діяльності (наприклад, традиційну пропаганду сьогодні називають «паблік рилейшнз», «спін», «дезінформація», «реклама»);

– практичних порадах (наприклад, під час вибору інструментарію СКТ необхідно враховувати тренди розвитку певної галузі);

– нових підходах, техніках, прийомах технології (наприклад, використання мікротаргетингу у виборчих технологіях, розширення спектру «брудних» виборчих технологій, нові техніки пропаганди);

– вдосконаленні інструментарію СКТ відповідно до умов функціонування (конструювання вірусів, «тролінг», «флеймінг»);

– взаємозалежності розвитку ЗМК і ступеня використання технологій;

– тенденціях у використанні певних технологій (наприклад, розширення сфер застосування брендингових, маркетингових СКТ, технології «інформаційні війни», що уможливлює перенесення досвіду з одних професійних сфер в інші);

– активній трансформації інструментарію технологійзалежно від мети і сфери застосування;

– явищі конвергентності – сполучення інструментарію різних технологій у межах однієї СКТ;

– особливостях реалізації різновидів СКТ в українському інформаційному просторі;

– необхідності вдосконалення підготовки спеціалістів;

– негативних наслідках застосування ефективних технологій формування свідомості (наприклад, самопрограмування, коли система управління починає вірити у власну пропаганду; перехід від управління змінами в реальності до управління змінами сприйняття; принципова відмова від сприйняття реальності на користь сприйняття її інформаційного аналога; різке зниження рівня відповідальності; різке зниження якості зворотнього зв’язку).

Питання негативних наслідків використання СКТ науковці пов’язують з додатковими можливостями маніпулювати массовою свідомістю. Наприклад, Н. Зражевська, досліджуючи потенціал медіакультури для формування моделей соціальної реальності, приходить до висновку, що «використовуючи різні технології: фрагментацію, фреймінг, розважальність, залякування, кліповість тощо, створюючи ілюзію різнобічності та оперативності, засоби масової інформації заважають громадянам формувати цілісну картину політичних явищ і подій».

Г. Почепцов говорить про розширення інструментарію комунікативного контролю над розумом, що використовує найцікавіші повідомлення, найцікавіших оповідачів, найцікавіші канали доставки. Учений визначає управління масовою свідомістю частиною глобального управління і характеризує методи, за допомогою яких воно здійснюється (зокрема, введення хаосу, що пов’язано з відключенням раціонального сприйняття, спирання на фальшиві цілі і т. д.).

Сучасний науковий дискурс продовжує осмислювати різні аспекти взаємозалежності інформаційних і комунікаційних технологій, актуалізуючи увагу до процесів впливу технологій на соціум та індивіда; сутність взаємодії СКТ і суспільства; особливості реалізації різновидів соціально-комунікаційних технологій.

* 1. Дослідження взаємозв’язку і взаємозалежності комунікаційних технологій з інформаційними тривалий час є предметом уваги зарубіжних учених. Окремим напрямком досліджень постає аналіз впливу інформаційно-комунікаційних технологій на комунікацію, а через комунікацію на суспільство в цілому. Філософська та соціальна думка поміщає феномени техніки і технології у фокус дослідницької уваги як базові основи формування нової соціальної системи. Технології, які застосовують ЗМІ, та їхній вплив на зміст інформації й аудиторію є предметом вивчення наукового напрямку технологічного детермінізму.

Одним із найяскравіших представників технологічного детермінізму був представник Канадської школи соціологів Г. Інніс. Він стверджував, що комунікаційні технології вводять контроль над знаннями, соціальними організаціями та колективною свідомістю. Критично ставлячись до розвитку комунікаційних технологій, дослідник акцентував увагу на можливості маніпуляції для досягнення власної вигоди власниками медіа-індустрії. Г. Інніс одним із перших підняв проблему про вплив технологій і способів комунікації на політичну складову державного та суспільного розвитку, у першу чергу, на зміни в державному і суспільному устрої, а також соціальну та політичну структуру суспільства.

Розвинув теорію Г. Інніса інший представник канадської наукової школи М. Маклюен, зосередивши увагу на особливостях сприйняття комунікаційних технологій окремими людьми. Поширення здобули ідеї науковця стосовно керованих технологією сил, що перетворюють суспільство (останнє часто розглядав як набір засобів комунікації, що відбувається в його межах). Ідеї прихованого впливу на суспільство деяких інформаційних технологій спричинили бурхливі дискусії про вплив телебачення на політичне, культурне і соціальне життя.

На основі технологічного детермінізму виникли альтернативні (некритично оптимістичний і трагічнопесимістичний) підходи техніцизму (М. Кастельс, Й. Масуда, А. Сен-Симон, О. Тоффлер та ін.) й антитехніцизму (Л. Мамфорд, Х. Ортеґа-і-Ґасет, К. Ясперс та ін.). Спільною для них є теза про визначальну роль техніки в соціокультурному процесі, розходяться в оцінці перспектив подальшого розвитку суспільства на технічній основі.

Актуальними є думки Н. Постмана на суспільство, що після тридцятирічного вивчення історії технологічних змін визначив п’ять ідей, які необхідно знати людям про вплив технологій:

1) технологічні зміни – це обмін; ми завжди будемо платити певну ціну за технології; що краще технологія, то вище ціна;

2) кожна нова технологія приносить користь одним, а шкодить іншим;

3) у будь-якій технології закладена потужна ідея, іноді дві або три; у будь-якій великій технології завжди присутня епістемологічна, політична чи соціальна установка. Іноді ці установки йдуть нам на користь, іноді на шкоду. Друкарський верстат зруйнував усну традицію, телеграф знищив простір, телебачення принизило слово, комп’ютер, можливо, призведе до занепаду суспільного життя і так далі;

4) технологічні зміни не просте доповнення, вони екологічні за своєю суттю, тобто змінюють все навколо, а тому не можуть бути залишені в руках одного тільки Білла Гейтса;

5) медіа мають тенденцію міфологізуватися; технологія міфологізується, ми сприймаємо її як частину природного стану речей, і тому вона має тенденцію до контролю над більшістю з нас.

Значно більше контролю, ніж це можна допустити. Інтегрований підхід розуміння технологій представлено в теорії технологій. На основі аналізу двох основних напрямків дослідження комунікаційних технологій (дисципліни науковотехнологічних і комунікативних досліджень) виокремлюють наступні різновиди зазначеної теорії: групові (теорії груп), описові та критичні теорії.

Описові теорії намагаються розглядати визначення і зміст технології, способи її появи, зміни і відношення до соціальної сфери. Більш предметно описові теорії розглядають наскільки технологія є автономною і наскільки вона може визначити суспільну практику або соціальну структуру.

Критичні теорії технологій часто приймають описову теорію за свою основу і формулюють проблеми, розглядаючи, яким чином можна змінити відносини між індивідами, соціальними групами і соціальними класами та інститутами. До теорій груп відносять теорію соціальної присутності, теорію багатства медіа або теорію інформаційного насичення, теорію медіаприродності, теорію медіасинхронності, модель соціальної ідентичності, теорію часу, взаємодії і продуктивності.

Низка теорій груп розглядає як технології (ЗМІ) впливають на групові процеси. У широкому сенсі ці теорії пов’язані із соціальним ефектом засобів комунікації. Зокрема, основоположною теорією соціальних наслідків комунікаційних технологій вважається теорія соціальної присутності (розроблена 1976 року В. Едеріном, Б. Крісті та Дж. Шортом). Згідно з цією теорією соціальний вплив комунікаційного середовища залежить від соціальної присутності, яку вона дозволяє мати комунікаторам. Соціальна присутність визначається як властивість самого середовища: ступінь дозволеного акустичного, візуального і фізичного контакту. Теорія припускає, що більша кількість контактів збільшить ключові компоненти «присутності»: більшу близькість, безпосередність, тепло і міжособисте взаєморозуміння. Наслідком соціальної присутності є зростання соціального впливу. Висловлюється припущення, що текстові форми взаємодії (електронна пошта, миттєвий обмін повідомленнями) є менш соціальними, і, отже, менш сприятливими для соціального впливу.

Деякі характеристики теорії соціальної присутності поділяє теорія багатства (різноманіття) медіа, або теорія інформаційного насичення (Р. Дафт, Р. Ленгел, 1984). Згідно з цією теорією кількість переданої інформації відрізняється відповідно до різноманіття ресурсів ЗМІ.

Дослідники припустили, що засобикомунікації мають різні можливості для вирішення неоднозначності, різних інтерпретацій і полегшення розуміння. З метою проілюструвати можливість цих засобів науковці представили ієрархію багатства засобів інформації за допомогою таких критеріїв: наявність миттєвого зворотнього зв’язку; можливість інформаційного засобу передавати декілька сигналів, такі, як мова тіла, тембр голосу й інтонації; використання природної мови у порівнянні з машинною; фокусування уваги на особистості.

Як альтернатива теорії інформаційного насичення була запропонована теорія медіа-природності (Н. Кок, 2004–2005), що ґрунтується на ідеях еволюції людства. Н. Кок говорить про еволюційно зумовлену налаштованість людського мозку на форму спілкування «обличчям до обличчя» та неефективність інших форм спілкування. Використання ж засобів масової комунікації, що пригнічують ключові елементи такогоспілкування, створюють перешкоди для комунікації. Модель соціальної ідентичності ефектів втрати індивідуальності (SIDE) була розроблена у відповідь на думку, що анонімність і скорочення присутності зробили комунікаційні технології соціально бідними і позбавленими виразності (або такими, що «втратили індивідуальність»). Це забезпечує альтернативне пояснення «ефектів втрати індивідуальності» на основі теорій соціальної ідентичності.

Основним положенням моделі SIDE є розгляд соціального і технологічного як таких, що визначають один одного, і поведінку, пов’язану з конкретними формами спілкування як продукт або взаємодію двох. Автори моделі диференціюють когнітивні та стратегічні ефекти комунікаційних технологій. Когнітивні ефекти виникають, коли комунікаційні технології виявляють суттєві конкретні аспекти особистої або соціальної ідентичності. Прикладом є можливість окремих технологій (електронної пошти, спілкування в інтернеті) замаскувати характеристики відправника, що передають аспекти їхньої особистої ідентичності, і більше уваги приділити соціальній ідентичності. Стратегічні ефекти зумовлюються можливостями, наданими комунікаційними технологіями, вибірково спілкуватися або прийняти конкретні аспекти ідентичності та маскування інших. Предметом вивчення різних напрямів сучасної гуманітаристики стає осмислення функціонування мас-медіа та їхнього впливу на людину.

Особливу увагу дослідників привертає роль ЗМІ в конструюванні нашого світосприйняття. Механізми конструювання реальності розглядає насамперед теорія конструктивізму. Засадничою роботою цієї теорії є «Соціальне конструювання реальності. Трактат з соціології знання» П. Бергера і Т. Лукмана. Згідно з концепцією авторів реальність соціально конструюється. Відповідно соціальна дійсність є не об’єктивною реальністю, а результатом конструктивістської діяльності свідомості, світом «колективних уявлень», а соціальні інститути – продуктом людської свідомості. У сучасному світі ми спостерігаємо неабияке розмаїття запропонованих ЗМК варіантів конструювання медіа-реальності. Реалізувати його дозволяють насамперед механізми селекції та інтерпретації подій.

У розумінні представників конструктивістської теорії конструювання та сприйняття реальності відбувається завдяки таким процесам, як:

– сигніфікація – процес наділення ім’ям або усвідомлення індивідом предметів, явищ, понять;

– використання мови як знакової системи, що сприяє об’єктивації реальності;

– інституціалізація – процес визначення й закріплення соціальних норм, правил, статусів і ролей, приведення їх у систему, здатну діяти в напрямі задоволення певної суспільної потреби;

– габітуалізація (від габітус – звички, жести, набуті програми поведінки індивіда, оцінки ним ситуації – продукти індивідуальної соціалізації) – термін використовується на позначення того, що певна дія перетворюється на «звичку» та в майбутньому, через постійне повторення, стає певним прикладом (зразком) для наслідування);

– легітимізація (процес, завдяки якому обґрунтовується та пояснюється існування інституціалізованого світу в тому вигляді, в якому він існує в конкретний момент і в конкретний проміжок часу).

Важливу роль у вищезазначених процесах, на думку прихильників конструктивістської теорії, відіграють масмедіа, формуючи та конструюючи так звану особливу медійну реальність. Остання, «сплітаючись з нашими життєвими практиками, задає певні формати сприйняття, очікування і діяльності». При цьому поняття істини та об’єктивності, які були б доречні в рамках традиційної парадигми, у конструктивізмі втрачають свою актуальність. Об’єктивність трактується як результат погоджень позицій, інтерпретацій і оцінок різних спостерігачів. На місце поняття істини в конструктивістському дискурсі приходять життєздатність, адаптивність.

**Завдання для самоперевірки**

1. Які, з точки зору В. Іванова, існують дві принципові програми впливу медіа?
2. У чому полягає сутність концепції комунікативного інжинірингу, запропонованої Г. Почепцовим?
3. На чию думку, для керування масовою поведінкою комунікантам потрібно вибудовувати «технологію керування» на механізмі природної, стихійної масової поведінки?
4. На які тренди розвитку ЗМК звертають увагу науковці при дослідженні підґрунтя соціально-комунікаційних технологій?
5. Які групи досліджень соціально-комунікаційних технологій виділяє В. Корнєєв у докторській дисертації»Соціально-комунікаційний підхід в українській науці»?
6. На чому акцентують увагу дослідники, аналізуючи особливості практичної реалізації соціально-комунікаційних технологій?
7. Що, на думку Н. Постмана, необхідно знати людям про вплив технологій?
8. Які різновиди виокремлюють в теорії технологій?
9. У чому сутність теорії багатства (різноманіття) медіа?

**ТЕМА 5 МАНІПУЛЯЦІЯ СУСПІЛЬСТВА:**

**МУТАЦІЯ Й ІНМУТАЦІЯ ЯК КОНЦЕПЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

5.1 Особливості трактування терміна «маніпуляція

5.2 Маніпуляція як система.

5.3 Закон єдності інмутації і мутації.

5.4 Інмутація – система артефактів сучасного суспільства.

5.5 Місце інмутації в класифікації систем.

5.1 Інмутація суспільства – це процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали. Інмутація і мутація є складниками маніпуляції суспільства. Причому маніпуляцію О. Холод розуміє не як негативне явище, а як зміну моделей (сценаріїв) поведінки. Така зміна може бути нейтральною, позитивною і негативною. Нейтральна зміна поведінки (суто маніпуляція) тягне за собою тимчасові зміни моделей (сценаріїв) поведінки, які не викликають переструктування системи цінностей особистості або суспільства. Позитивна зміна поведінки (мутація) передбачає таке переструктування системи цінностей особистості, яке не викликає заперечень у суспільства і є корисним для самої особистості. Негативна зміна поведінки (інмутація) переструктуровує систему цінностей особистості до незадоволення з боку суспільства і, як результат, заподіює шкоду самій особистості.

Нині пропонуються різні тлумачення згаданого терміна: традиційні і нетрадиційні. Дотепер побутує стійка точка зору про маніпуляцію як про явище суто негативне. Дослідник С. Кара-Мурза вважає, що слово «маніпуляція» має суто негативне забарвлення й означає «той вплив, який підштовхнув нас зробити такі вчинки, що ми, згідно з наступною оцінкою, опинились у програші».

За свідченнями галузевих словників і фахівців, маніпуляція – це:

1) «акт впливу на людей або керування ними зі спритністю, насамперед із зневажливим підтекстом як приховане управління чи обробка» («Оксфордський словник англійської мови»);

2) «вид застосування влади, при якому той, хто володіє нею, впливає на поведінку людей, не розкриваючи характер поведінки, якої він від них очікує» («Сучасний словник соціології»);

3) «психічний вплив, який здійснюється таємно, отже, на шкоду тим особам, на яких він спрямований» (Г. Франке);

4) «від лат. manipulus – «жменя», manus – «рука» – це складна дія руками під час виконання складної роботи, так ще називають складний прийом у науковій роботі»; термін може «використовуватись і в непрямому значенні як витівка, махінація»;

5) «рух руками, пов'язаний з виконанням певного завдання…; демонстрування фокусів, яке забезпечується спритністю рук, умінням відволікти увагу глядачів від того, що повинно бути прихованим від них; махінація, шахрайська витівка»;

6) у психології маніпулюванням називають «прояв рухової активності, що охоплює всі форми активного пересування тваринами компонентів середовища в просторі».

Доречно навести думку дослідника В. Лисенка, який повідомляє, що кожний дослідник по-своєму тлумачить термін – «від «прибрати до рук» до вільних інтерпретацій за відчуттями автора». Вважаючи використання терміна «маніпуляція» частіше в негативному сенсі не зовсім коректним, В. Лисенко пропонує вживати термін «модифікація» (від лат. modifications – змінення) як рівний за значенням щодо терміна «маніпуляція».

Надумку О. Холода, якщо запропонувати терміни, наприклад, «трансформація» (перетворення), чи геологічний термін «формація» («комплекс сумісно утворених гірничих порід, поява яких зумовлена спільністю умов; виникають такі породи на певних етапах розвитку основних структурних зон земної кори»), чи будь-який ще термін, ми не уникнемо його дво-, а то й багатозначності. Потрібний термін, який би повністю відповідав завданню дослідження в межах психолінгвістики й теорії масової комунікації. У випадку, коли такого терміна не існує, О. Холод пропонує використовувати власний термін у межах згаданих сфер знань.

С. Кара-Мурза висловлює думку про те, що «термін «маніпуляція» є метафорою і вживається в непрямому значенні: спритність рук під час дій руками переноситься в цій метафорі на спритне управління людьми (авжеж, не руками, а спеціальними «маніпуляторами»)». На думку автора, метафора маніпуляції формувалася поступово. Одним із суттєвих етапів формування негативного значення терміна «маніпуляція» стало розуміння людьми тих дій, які здійснювали фокусники. Останні досягали ефектів завдяки вмілому використанню властивостей людського сприйняття й уваги.

Як вважає С. Кара-Мурза, маніпулятор-фокусник ефективно використовує стереотипи глядачів через утворення ілюзії сприйняття. Саме тому люди сприймали фокусників як людей, що обманюють через рухи руками, маніпуляцію. Виходячи з такого стереотипного сприйняття, маніпуляцією стали називати заздалегідь підготовлені дії фахівців, які програмують «думки й прагнення мас, їх настроїв і навіть психічного стану з метою забезпечити таку їхню поведінку, яка потрібна тим, хто володіє засобами маніпуляції.

Як повідомляє американський дослідник Г. Шилер, здійснення маніпуляції залежить від декількох таких умов:

1) маніпуляція повинна залишатися непомітною;

2) той, ким маніпулюють, повинен вірити в природність і неминучість усього, що відбувається;

3) маніпульована людина не повинна відчувати власну присутність у фальшивій дійсності.

До негативних дій маніпуляцію впевнено зараховує дослідник В. Шейнов, який визначає: «Приховане управління адресатом проти його волі, що приносить ініціатору однобічну перевагу, називається маніпуляцією».

Повідомляючи про масову маніпуляцію, український автор В. Різун вважає масовою маніпуляцією «прихований вербальний, зображальний, жестово-руховий вплив на членів маси, метою якого є поширення масових настроїв, формування громадської думки, її корекція серед членів маси». Автор занотовує: «Маніпуляційний вплив є неконтрольований, неусвідомлюваний, прихований для адресата процес упливу на нього, який відбувається поза його волею та бажанням». О. Холод не вважає маніпуляцію прихованим явищем, оскільки воно здійснюється буквально на очах в аудиторії (комунікантів). Прихованими у такому випадку є наміри комунікаторів. Зважаючи на таку позицію, він пропонує маніпуляцією називати неприхований вплив комунікатора на комуніканта з прихованою метою позитивного або негативного керування поведінкою останнього.

5.2 Наведене визначення маніпуляції нагадує про те, що між комунікатором і комунікантом існує зв’язок, оскільки є вплив одного на іншого. Сила впливу при маніпуляції залежить від міцності зв’язку між ними. Чим міцнішим є такий зв’язок, тим більше аргументів на користь того, що маніпуляція є свідченням системності. Кожний акт впливу комунікатора на комуніканта є системним, оскільки, як свідчить тлумачний словник, має «певний порядок у розташуванні й зв’язку частин будь-чого, у діях». До того ж, комунікативний акт – це «щось ціле, що являє собою єдність закономірно розташованих частин, які перебувають у взаємному зв’язку». Остання думка підтверджує впевненість у тому, що комунікативний акт – це система. У свою чергу комунікація, як і маніпуляція в ній, також є системою.

5.3 Комунікативний акт є мікросистемою. Певна кількість комунікативних актів утворює більшу систему – макросистему (комунікацію). І мікро-, і макросистема пронизані зміненням моделей (сценаріїв) поведінки, або маніпуляцією. Маніпуляція – це система в системі комунікації. Остання, як ми зазначали раніше, складається з двох мікросистем: мутації й інмутації. Якщо мутація переструктуровує систему цінностей особистості без заперечень з боку суспільства, то це автоматично тягне за собою необхідність існування іншої – протилежної – мікросистеми, тобто інмутації, під впливом якої переструктурація системи цінностей особистості викликає незадоволення особистістю з боку суспільства. Іншими словами, без мутації не може бути інмутації, і навпаки.

Інмутація й мутація – це два боки одного цілого – мікросистеми «маніпуляція». Таким чином, сформульоватно закон єдності інмутації і мутації: зменшення сили інмутації тягне за собою збільшення сили мутації, хоча у своєму взаємозв’язку обидві мікросистеми не змінюють структури макросистеми маніпуляції. Згадані мікросистеми мутації, інмутації та макросистеми маніпуляції та комунікації утворюють велику систему, у якій артефакти відіграють визначну (можливо, й провідну) роль. Під артефактами (від лат. аrte штучно, factus зроблений) у біології розуміють «утворення або процеси, що виникають іноді під час дослідження біологічного об’єкта з причин впливу на нього самих умов дослідження». Перефразуючи дефініцію О. Холод, вживає термін «артефакт» у такому значенні: це утворення, явище або процес, що завжди виникає під час функціонування соціального фігуранта в комунікації з причин впливу на нього самих умов існування.

5.4 О. Холод доводить, що «Інмутація є системою артефактів сучасного суспільства». Електронний сайт «Вікіпедія» визначає термін «система» як «множинність взаємопов’язаних об’єктів і ресурсів, організованих процесом системогенезу в єдине ціле й, можливо, протиставлене середовищу». З метою довести положення про те, що інмутація є системою артефактів, потрібно звернутись до самих артефактів. Відомо, що артефакти (штучно утворені факти) виникають не поодиноко, не ізольовано. Наприклад, телебачення є артефактом сучасного суспільства саме тому, що, по-перше, воно утворене штучно інтелектом людини, по-друге, вплив телебачення визначає функціонування в інформаційному середовищі низки чинників, як наприклад: збудження народу від новини про революційні події на Майдані Незалежності в Києві (листопад 2004 року). У наведеному прикладі штучне утворення 1 – новини (артефакт 1) породило штучне утворення 2 – скопичення народу на майдані (артефакт 2). Множинність артефактів являє собою взаємопов’язаність об’єктів і ресурсів. Об’єктом (артефактом А) є будь-що, будь-які штучно утворені предмети, явища або процеси реальності, які оточують нас (стіл, будівля, окуляри, потяг, автомобіль; метро, монумент, міст, мавзолей; концерт, телепередача, страйк, революція; розщеплення атома, утворення парникового ефекту, таїння льоду на Північному полюсі тощо). Ресурсом (артефактом Б), або засобом, запасом щодо артефакту слід називати, на погляд О. Холода, те, що дозволяє досягти поставленої мети. Наприклад, ресурсом артефакту «телебачення» є пізнання світу або розвага, відпочинок. Ресурсом артефакту «металеві решітки на вікнах» виступає безпека тих, хто мешкає за вікнами в квартирі. Вочевидь, те, що об’єкти й ресурси пов’язані між собою, є фактом. Інша справа, якщо обговорювати ступінь пов’язаності.

У будь-якому випадку за О. Холодом очевидним є правильність положення про те, що множинність артефактів являє собою взаємопов’язаність об’єктів і ресурсів. Цікавим на його думку є те, що система в системному аналізі є сукупністю суті (об'єктів) і зв'язків між ними, виділених із середовища на певний час і з певною метою. Оскільки він говорить про системний аналіз, є потреба довести положення про те, що інмутація є сукупністю артефактів (об’єктів) і зв’язків між ними, з одного боку, і те, що такий зв’язок виділений із середовища на певний час для аналізу. Доводимо положення про те, що інмутація як система є сукупністю артефактів (об’єктів) і зв’язків між ними. Нагадаємо: інмутація – це процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали.

Артефакт «замок вхідних дверей нашої квартири» і артефакт «ключ до замка, що стоїть у дверях нашої квартири» пов’язані найміцнішим зв’язком: без ключа від замка, що стоїть у дверях нашої квартири, ми не можемо відкрити замок і потрапити до квартири. Ми робимо згадану операцію регулярно, декілька разів на день. Отже, такий вид зв’язку ми називаємо в робочому порядку «регулярний зв’язок». Зв’язок, наприклад, між артефактами «чайник» і «локшина» ми не можемо назвати «регулярним», оскільки нам не потрібен чайник для приготування локшини (хіба що для того, щоб підігріти воду до стану окропу й залити його в чашку з уже всипаною туди локшиною). Такий непостійний зв’язок ми називаємо «нерегулярним».

Наступний вид зв’язку між артефактами є удаваним, оскільки зв’язок між артефактами може відбуватися тільки в уяві людини. Наприклад, артефакт «твердий сир» тільки в уяві можна пов’язати із супутником Землі, який забезпечує мобільний зв’язок. Отже, третій вид зв’язку між артефактами, який доводить положення про те, що артефакти можна вважати системою пов’язаних між собою об’єктів. Якщо інмутацію вважати системою, ми повинні зазначити, що формування негативних установок особистості й суспільства (а також їхніх аксіологічних систем і моделей поведінки) засобами соціальних каналів також має різні ступені міцності зв’язку між артефактами. Виокремлюють якнайменше три такі ступені: регулярний, нерегулярний та удаваний зв’язки між артефактами.

За визначенням системи як сукупності сильнопов’язанних об'єктів, які мають властивості організації, зв'язності, цілісності і членованості, інмутація як система артефактів також характеризується згаданими чотирма властивостями.

Організація – це властивість інмутації як системи. Якщо інмутацією називаємо формування негативних установок особистості й суспільства, їхніх аксіологічних систем і моделей поведінки засобами соціальних каналів, змушені визнати, що організація – це процес упорядкування й приведення до взаємозалежності та взаємопідлеглості об’єктів аналізу. Наприклад, нав’язування людині негативних моделей поведінки під час виборів здійснюється через повторюваність та однообразність формулювань або стереотипів, які фіксуються у побуті виборця потужним потоком, пучком цілеспрямованої інформації. Згаданий потік організовується заздалегідь. Отже, організація як властивість системи притаманна й інмутації суспільства.

Наступна властивість системи – зв’язність. Вона фіксується на рівні тієї ж взаємозалежності елементів інмутації, яка декларується під час організації. Оскільки сама організація неможлива без зв’язності, не варто й доводити те, що остання є властивістю інмутації.

Під цілісністю розуміють здатність системи протистояти руйнівним процесам, не піддаватися знищенню через корозію окремих елементів. З другого боку, цілісність варто розглядати з позиції спроби втручання ззовні. Якщо інмутація як система також має властивість цілісності, потрібно довести на прикладі. Наприклад, сформована роками система подавання інформації через засоби масової комунікації (ЗМК) виховала в людини стійкий стереотип сприйняття такої інформації, як правильної, істинної, такої, з якою важко сперечатися. Міцний стереотип довіри до ЗМК з боку аудиторії піддається спробі руйнації. Допустимо, що в систему подавання інформації через ЗМК проникає інша модель – отримання інформації безпосередньо на вулиці від політичних лідерів, від інших ньюзмейкерів і т.п. За наявності цілісності як властивості системи остання буде чинити спротив. Таким же чином інмутаційна цілісність не «дозволить» стати регулярною моделі прямого інформування аудиторії з боку, наприклад, політиків або інших ньюзмейкерів.

Членованість як властивість системи також притаманна й інмутації. Оскільки членованість розуміється нами як здатність системи бути розчленованою, розділеною, розгалуженою для аналізу, оскільки система, яку вважають інмутацію, має властивість розгалужуватися, членуватися для виконання окремих ситуативних функцій, оскільки інмутація здатна розподілятися на елементи задля власного збереження, є членованість властивістю інмутації суспільства.

Приклад: утворення політичного іміджу відбувається завдяки продуманому поетапному інформуванню суспільства через ЗМІ про те, що в кандидата є певні приємні якості, властивості, звички та принади, які обов’язково стануть у пригоді народові, якщо він обере претендента на поважну посаду в парламенті або в країні. Образ такого політика сприймається електоратом як цілісний, такий, що не потребує додаткового аналізу за одиницями. Є образ, є народ. Перший вдало продукується, другий – вдало сприймає. Під час виборів народ висловлюється через голосування. У нашому прикладі кожний (і образ¸ і народ) є цілісним утворенням, яке набуває певної миті негативного забарвлення і перетворюється на продукт інмутації, тобто на продукт, що породжений трансформацією негативних установок у суспільстві, аксіологічних систем і моделей поведінки через можливі соціальні канали і соціальну практику. Образ є цілісне утворення іміджмейкерів, народ є цілісним соціально-історичним утворенням. Кожне зі згаданих утворень розчленовується на складники.

Відповідно, образ розчленовується на: 1) потрібну народові ідею, яку втілює претендент; 2) візуальні складники образу (зовнішній вигляд); 3)слухові складники образу (звукові смислові утворення, що поширюють інформацію про претендента); 4)тактильні (дотикові складники образу на кшталт сувеніри від політика, автографи претендента на головну посаду в державі, рукостискання, торкання до тіла, речей політика тощо).

Такою ж мірою розчленовується поняття «народ»: 1) індивід як представник народу; 2) сім’я як ланка народу; 3) колектив як ячейка матриці під назвою «народ», «суспільство»; 4) спільнота як зібрання індивідів, об’єднаних певною ідеєю на певний час; 5) прошарок народу, суспільства як тимчасовий елемент народу з позицій його здатності отримувати пристойну зарплату за дії, що виконуються престижним фахом, набутим у молодості; наявність престижу виконуваного виду діяльності.

Перелік елементів-складників цілісних понять і явищ «образ» і «народ» дозволяють констатувати правильність твердження про те, що членованість як властивість системи також притаманна й інмутації. Отже, існує наявність в інмутації суспільства чотирьох властивостей як системи артефактів: організація, зв'язність, цілісність і членованість.

Доведення того, що інмутація суспільства є системою артефактів, слугує й твердження про наявність у неї властивостей, пов’язаних із певними критеріями.

Критерій 1 – властивості, що пов’язані з цілями і функціями. За цим критерієм прийнято виокремлювати такі властивості: 1) синергічність — односпрямованість (або цілеспрямованість) дій компонентів, що підсилює ефективність функціонування системи; 2) пріоритет інтересів системи ширшого (глобального) рівня перед інтересами її компонентів; 3) емерджентність – цілі (функції) компонентів системи не завжди збігаються з цілями (функціями) системи; 4) мультіплікативність – і позитивні, і негативні ефекти функціонування компонентів у системі володіють властивістю множення, а не складання.

Критерій 2 – властивості, що пов'язані зі структурою. До низки таких традиційно зараховують: 1) цілісність – первинність цілого щодо частин; 2) неаддитивність – принципова незведеність властивостей системи до суми властивостей складових її компонентів; 3) структурність – можлива декомпозиція системи на компоненти, встановлення зв'язків між ними; 4) ієрархічність – кожен компонент системи може розглядатися як система (підсистема) ширшої глобальної системи.

Критерій 3 – властивості, пов'язані з ресурсами й особливостями взаємодії із середовищем. Згаданий критерій дозволяє виокремити такий перелік: 1) комунікативність – існування складної системи комунікацій із середовищем у вигляді ієрархії; 2) взаємодія і взаємозалежність системи і зовнішнього середовища; 3) адаптивність – прагнення до стану стійкої рівноваги, яка допускає адаптацію параметрів системи до параметрів зовнішнього середовища, що змінюються (проте «нестійкість» не в усіх випадках є дисфункціональною для системи, вона може виступати і як умова динамічного розвитку); 4) надійність – функціонування системи при виході з ладу одного з її компонентів, збереження проектованих значень параметрів системи протягом запланованого періоду; 5) інтерактивність.

За критерієм 4, який дослідники об’єднали назвою «інші властивості системи», слід зарахувати шість таких: 1) інтегратівность – наявність системоутворювальних, системозберігальних чинників; 2) еквіфінальність – здатність системи досягати станів незалежних від початкових умов і таких, що визначаються тільки параметрами системи; 3) спадковість; 4) розвиток – незворотна, спрямована, закономірна зміна, універсальна властивість; 5) порядок; 6) самоорганізація. Далі ми маємо намір довести реальність функціонування кожної властивості інмутації як системи артефактів.

5.5 Інмутація – це процес впливу на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) з метою негативного змінення сценаріїв, моделей їх поведінки. Інмутація (інмутаційні процеси) разом із мутацією є складниками маніпуляції. Оскільки інмутаційні процеси є системою, слід пам’ятати про те, що всі елементи її як системи взаємопов’язані з мутацією (мутаційними процесами). Разом – мутація (мутаційні процеси) й інмутація (інмутаційні процеси) – утворюють маніпуляцію (маніпуляційні процеси). Отже, подальший аналіз необхідно здійснювати при врахуванні взаємовпливу і взаємодії елементів згаданих систем. Як уже повідомлялося раніше, структуру інмутаційних процесів формують такі два головних види: 1) руйнування, 2) знищення.

За даними Т. О. Клінкової, у словнику слово «руйнувати» трактується як «ламати або псувати що-небудь, перетворюючи в руїни або розкладаючи на частини». Слово «нищити» − як «…припиняти існування кого-небудь або чого-небудь». Зіставивши тлумачення слів, маємо необхідні нам визначення: руйнування – інмутація, що має на меті знищення окремих фрагментів; знищення – інмутація, що має на меті повне й остаточне знищення. Процеси руйнування як вид інмутації також мають власну специфіку й розподіляються нами на:

1) одиничне несистемне псування елементів системи;

2) дубль-псування елементів системи;

3) розкладання цілого (системи) на частини (її складники);

4) виконання системою епізодичних функцій;

5) тимчасовий збій функціонування системи;

6) системний збій і початок зупинки функцій системи.



Рис. 2.1 - Структура інмутаційних процесів

Процеси знищення мають власні особливості й складаються з таких елементів: 1) підготовка до розбалансування нормальної роботи системи, 2) розбалансування роботи системи, 3) розподіл розбалансованої системи на окремі складники, що не пов’язані між собою; 4) припинення функцій окремих, найвіддаленіших від центру, елементів, які втратили з ним зв’язок; 5) припинення функцій головних елементів розподіленої системи; 6) припинення функцій усієї сукупності елементів, яка колись була системою.

**Завдання для самоперевірки**

1. У чому полягають особливості трактування терміна «маніпуляція»?
2. Чому маніпуляцію слід розглядати як систему?
3. Яка суть закону єдності інмутації і мутації?
4. У чому правильність твердження: «Інмутація – система артефактів сучасного суспільства»?
5. Чому інмутацію суспільства слід вважати системою артефактів?
6. Яку роль виконує триєдиний принцип уникнення інмутації глобальної системи?
7. Яка структура інмутаційних процесів?
8. Які види інмутаційних процесів ви знаєте?
9. Які функції інмутації суспільства слід знати?

**ТЕМА 6 CОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БІБЛІОТЕЧНОМУ, АРХІВНОМУ, ВИДАВНИЧОМУ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТАХ ТА СИСТЕМАХ ДОКУМЕНТАЦІЇ**

6.1 Особливості соціально-комунікаційних технологій в бібліотечно-інформаційній сфері.

6.2 Особливості соціально-комунікаційних технологій в архівних установах та системах документації.

* 1. Соціально-комунікаційні технології у видавничій справі.

6.1 Сучасні соціально-комунікаційні технології проникають в усі без винятку сфери, найвагоміше вираження знаходять у соціальному управлінні, науково обґрунтовані соціальні стратегії та рішення якого являють собою головний тренд розвитку інформаційного суспільства. У його ході доводиться вирішувати усе складніші проблеми. Це висуває принципово нові вимоги – бути ефективним, комплексним, довгостроковим, програмно-цільовим, науково обґрунтованим. У таких умовах впровадження СКТ з метою вирішення соціальних проблем, отримання максимально відчутних результатів при обмежених ресурсах стає важливим науково-практичним завданням.

Соціально-комунікаційні технології є інноваційним ресурсом соціального управління. Технологізація комунікаційних процесів, підвищення технологічності управління зовнішньою та внутрішньою взаємодією організації – це ключова сучасна тенденція розвитку PR-технологій, ринкових досліджень, маркетингу, менеджменту, реклами, бренд-менеджменту та ін. Оскільки широке використання соціально-комунікаційних технологій у різних сферах діяу працях представників різних концепцій і теорій висвітлено недостатньо, питання про визначення сутності цього поняття, встановлення кореляції з категорією «соціальні технології», окреслення основних характеристик комунікаційної технології, критеріїв технологізації комунікаційних процесів, зокрема в бібліотечно-інформаційній сфері, залишаються відкритими.

Змістовно-сутнісні аспекти визначення поняття СКТ набувають особливої ваги в сучасній бібліотечній теорії та практиці. Осмислення бібліотекознавцями трансформаційних процесів у бібліотечно-інформаційній сфері знайшли своє відображення в різних підходах, які заклали основу для формування методологічної бази концепції соціально-комунікаційної технологізації бібліотечно-інформаційної галузі.

Сучасні наукові уявлення про соціально-комунікаційні технології як інноваційні засоби оптимізації соціальної діяльності, складові механізму адаптації соціальних систем до реалій інформаційного суспільства дають підстави говорити про необхідність активнішого розроблення проблематики СКТ стосовно особливостей розвитку бібліотечно-інформаційної сфери. Переваги дослідження бібліотеки через призму соціально-комунікаційної технологізації полягають у тому, що соціально-технологічний підхід дає можливість з нових позицій підійти до теоретичних та прикладних досліджень у бібліотечно-інформаційній сфері:

* упорядкувати систему взаємодії соціальних і виробничих технологій у бібліотеках;
* з'ясувати оптимальне співвідношення в їхньому суспільному розвитку соціокультурного, суспільно-громадського, ринкового, адміністративного компонентів;
* виробити механізми включення бібліотеки в соціально-комунікаційну сферу та визначити засоби, що забезпечать внутрішню стійкість книгозбірні, розкриють її адаптаційні можливості до процесів модернізації СКТ, що впроваджуються у бібліотечну практику, мають забезпечувати її стале функціонування в соціумі.

Основними цілями введення соціально-комунікаційних технологій у бібліотечно-інформаційну сферу є:

* отримання додаткових ресурсів для забезпечення життєздатності та стійкості її організаційної системи;
* розширення спектра інформаційних продуктів і послуг, посилення їхньої конкурентоспроможності;
* створення системи соціального партнерства; · формування комфортних умов професійної діяльності;
* впровадження інновацій та професійної творчості, організації та самоорганізації, діагностики, тактики й стратегії розвитку бібліотечної діяльності;
* зміна ціннісних уявлень та мотивацій різних категорій користувачів бібліотек та представників бібліотечного співтовариства.

Сфера застосування СКТ у бібліотечній практиці має бути дуже розгалуженою. Адже ефективність соціальнокомунікаційної діяльності бібліотеки сьогодні вже не може розцінюватися лише з точки зору пошуку найдешевшого, найкоротшого і найраціональнішого шляху вирішення тієї або іншої проблеми. Вона має бути порівняна з соціальними критеріями, нормативами, індикаторами (потребами, інтересами, соціальними ресурсами

Головним призначенням соціально-комунікаційних технологій у розвитку бібліотечно-інформаційної сфери повинна стати оптимізація управлінського процесу – створення гнучких, мобільних і поліфункціональних структур системи управління, які швидко реагують на зміни зовнішнього середовища. Соціально-комунікаційні технології мають перетворитись на засіб та інструмент руху бібліотеки як соціальної системи до самоорганізації та самовдосконалення, інструмент її випереджального розвитку в динаміці процесів розгортання інформаційного суспільства. СКТ покликані стати частиною адаптаційної стратегії бібліотек, що включає методи, засоби та інструменти саморозвитку. Ідея адаптивності закладається в методологічну процедуру її проектування, застосування якої визначить нову якість динаміки функціонування бібліотечно-інформаційної сфери в суспільстві та виведе останню на такий рівень, де її подальший розвиток автоматично увійде в межі оптимальних режимів за рахунок дії механізмів самоорганізації.

Соціально-комунікаційні технології уможливлять рівновагу між темпами технологічного і соціального розвитку бібліотек. Як інструмент системного мислення і соціальної дії соціально-комунікаційний підхід підвищить здатність бібліотечно-інформаційної сфери розвиватись раціонально, технологічно, конструктивно, інноваційно та гуманно. Його застосування дасть бібліотекам змогу «актуалізувати і виокремлювати способи оптимальних соціальних дій, виявляти і використовувати приховані резерви, а також усвідомлено генерувати на цій базі інноваційні механізми життєдіяльності з метою отримання оптимального соціального результату як умови ефективного включення в соціокультурне середовище, сучасні цивілізаційні процеси».

Нині соціально-комунікаційні технології, масштаби розвитку яких у бібліотечно-інформаційній сфері досі є незначними, не забезпечені необхідним інструментарієм соціального проектування і налагодженими методами впливу. Але вони відіграють роль засобу діагностики проблем бібліотечної діяльності, чіткого визначення їх причини, а також способів вирішення. Соціально-комунікаційні технології розглядаються як системний і цілеспрямований фактор перетворення бібліотечно-інформаційної сфери, оснований на впорядкуванні, оптимізації й організації. Вони демонструють нові соціальні властивості та відносини бібліотеки, в чому проявляється процес трансформації соціального знання. Значення соціально-комунікаційних технологій повністю не осмислено фахівцями бібліотечно-інформаційної сфери, проте вже нині можна стверджувати, що саме вони визначатимуть місце і роль бібліотеки в структурі базових соціокультурних та економічних процесів формування інформаційного суспільства.

Отже, соціально-комунікаційні технології мають ключове значення у формуванні й діяльності бібліотечно-інформаційної сфери, що зумовлено темпами соціальних змін, численними внутрішніми трансформаціями бібліотечного соціального інституту внаслідок впливу процесів інформатизації. Активізація економічних, політичних, культурних, соціальних процесів зумовлює необхідність вивчення і створення соціально-комунікаційних технологій як інструментів впливу на соціальну дійсність.

6.2 Інформаційні потреби сучасної людини і суспільства повсякчас ускладнюються Сьогодні архівісти постійно стикаються з новими завданнями і викликами, зумовленими розвитком цифрових технологій, появою нових інноваційних продуктів, нестримним зростанням обсягів даних та зміною світоглядних орієнтирів нового типу споживача. Як наслідок, – змінюються підходи, з’являються нові напрями у їхній діяльності. Неминучими для працівника архівної установи стали психологічна готовність до публічності (особливо для представників керівного складу як галузі в цілому, так і кожної окремої архівної установи зокрема), професійне зростання, розширення навколо себе інформаційно-комунікативного простору у різних його варіантах, прийняття й використання у роботі технічних новинок, розуміння етики роботи з інформацією, іміджевих і маркетингових стратегій розвитку, відкритість до співпраці тощо

У нових умовах розвитку суспільних відносин соціалізація архівіста перебуває у постійній динаміці і здійснюється у 3-х сферах: 1) професійній діяльності; 2) самосвідомості; 3) соціальній комунікації у тріаді «архівіст – суспільство – влада» (на всіх її рівнях).

Актуальними залишаються питання вивчення особливостей блоґінґа, кіберзахисту, роботи з масмедіа, системами електронного документообігу, левову частку з яких архівна спільнота намагається сьогодні вирішувати власними зусиллями шляхом проведення провідними фахівцями-практиками навчальних семінарів, вебінарів та консультацій, у т. ч. у режимі онлайн.

Помітно зросла тенденція реєстрації архівних установ України на різних соціальних вебплатформах. На сучасному етапі розвитку соціальної взаємодії в українському сегменті Facebook, Twitter та Instagram професійна група представлена особистими профілями працівників галузі, офіційними сторінками Укрдержархіву, архівних установ та Спілки архівістів України, тематично-орієнтованими спільнотами, однією з найпопулярніших серед яких є відкрита група «Доступ до архівів», створена у соціальній мережі Facebook у 2013 р. «з метою підвищення обізнаності про архівну сферу, архівне законодавство та обміну інформацією щодо знаходження архівної інформації в архівах України та за кордоном». Варто відзначити, що в умовах зростання уваги пересічних громадян до онлайну і неформальних каналів комунікації, соціальні мережі можна віднести до категорії найбільш бюджетних та дієвих інструментів реалізації інформаційно-комунікаційних й іміджевих стратегій сучасного архіву, що дозволяють забезпечити встановлення багаторівневих комунікативних зв’язків, оперативно реагувати на суспільні запити й поширювати інформацію про свою діяльність (поточні події, досягнення, цілі та перспективи розвитку) без залучення додаткового фінансування, ініціювати й забезпечувати масштабні публічні обговорення проблемних питань, отримувати актуальну статистику у режимі 24/7 тощо. Аналітичний огляд соціальних медіа дає право стверджувати про помітний сплеск активності українських архівістів у Facebook. Нині у цій соціальній мережі представлені усі центральні державні архіви та архіви областей України.

Усвідомлюючи численні загрози і перспективи породженої цифровою ерою залежності людини від новітніх досягнень ІТ-технологій, виходячи зі своїх фінансових можливостей і кадрового забезпечення, архіви намагаються максимально використовувати ці технології у якості союзника, інструменту, який зараз і у довгостроковій перспективі повинен допомагати достойно відповідати на постійно зростаючі запити нового типу користувача, бути ближчим і зрозумілішим для представників різних соціальних прошарків і вікових груп, забезпечувати постійну присутність в інформаційному просторі та підтримку власного іміджу.

Масштабна інформатизація суспільства, розвиток мережі Інтернет створили передумови для якісно нового характеру роботи зі службовою документацією, а це всвою чергу, зумовило необхідність розробки нових підходів до документаційного забезпечення управління й архівної справи. Діяльність з формування інформаційного суспільства та створення механізмів електронного урядування давно стали пріоритетними в державній політиці України.

Впровадження комп'ютерних технологій у діловодні процеси вимагає від фахівця досконалих знань не тільки в галузі автоматизації, а й у теорії та практиці менеджменту. Чітко організовану технологію процесу управління, його культуру можна подати у вигляді набору послідовних управлінських процедур та методів їх вирішення. Так, процес підготовки управлінського рішення включає такі документовані процедури:

а) розробка можливих варіантів виконання;

б) оцінка альтернатив, вибір і підготовка найбільш оптимального проекту;

в) складання графіка поетапного виконання;

г) погодження з зацікавленими сторонами;

д) розробка проекту кінцевого розпорядчого документа;

є) визначення способу доведення завдання залежно від виду розпорядчого документа (підготовка наказу, розпорядження, доручення, рішення чи припису);

ж) визначення способу доставки документа до виконавців (посильним, поштою, факсограмою чи електронною поштою).

Процес організації виконання управлінського рішення складається з:

а) процедур розподілу завдань між працівниками (врахування їх реальних можливостей, рівня кваліфікації, компетентності, ступеня завантаженості кожного працівника), методу доведення (загальна постановка завдання, доведення орієнтовної схеми виконання, її жорстка регламентація);

б) визначення способу доведення (переконання, прохання, застосування тих чи інших стимулів, розширення кола інформації);

в) делегування повноважень (визначення обов'язків, які необхідно делегувати, та вимог до їх виконання, вибір конкретного виконавця).

Які інші операції забезпечення управління, документування процесу контролю виконання рішень вимагає певної творчості. Основи ефективного контролю мають бути закладені вже на етапі розробки управлінських рішень, визначення виду того чи іншого організаційно-розпорядчого документа, підготовки реєстраційної контрольної картки.

Готуючи документи, що фіксують управлінські рішення (протоколи нарад, накази, розпорядження), необхідно звернути увагу на те, наскільки чітко визначено мету, на досягнення якої спрямоване рішення, чи є конкретні показники, за якими можна оцінити ступінь досягнення мети, чи досить зрозумілі вони та показники їх досягнення для виконавців.

Більшість зазначених управлінських процедур потребують відповідного їх оформлення, виконання необхідних діловодних операцій документаційного забезпечення менеджменту, тобто супроводження управлінських функцій певними видами документів та чіткої організації їх пересування. У більшості випадків, що особливо важливо для державних організацій, всі ділові процедури мають розроблятися з обов'язковим документаційним супроводом.

Системи управління документами призначені для автоматизації пошуку і управління електронними документами різних форматів, у тому числі і зображеннями документів. Сучасні системи управління документами дають можливість:

* виконувати індексування документів;
* вести повнотекстовий пошук за ключовими словами;
* управляти конфігурацією документів з встановленням взаємозв'язків між окремими структурними компонентами;
* ансамблювати документ, тобто об'єднувати всі частини складного документа для подальшого відображення на екрані;
* організовувати доступ до документа незалежно від місця його зберігання;
* управляти документами за допомогою ключових компонентів (найменувань розділів), здійснювати багаторівневий захист даних, що відкриває доступ до документа лише окремим користувачам або ж встановлює обмежений доступ, наприклад «лише для сканування»;
* проводити адміністрування обліку і архівування, організацію видачі та повернення документів, вести контроль за наявними версіями та їх розсиланням.

Програмне забезпечення робочих груп призначене для організацій, працівникам яких за характером своєї діяльності необхідний постійний обмін документами з виконанням завдань збереження, перегляду і сумісного використання. Основними функціями програмного забезпечення таких груп можуть бути:

* електронна пошта;
* підтримка відеоконференцій (нарад);
* управління зображеннями документів;
* маршрутизація та календарне планування документних потоків.

Системи автоматизації діловодних процесів призначені для створення прикладних систем колективної обробки документів у процесі виконання конкретних бізнес-процесів. Документальні потоки в установі мають бути пристосовані до існуючих бізнес-процесів і регламенту їх взаємодії.

Стратегічним завданням для установи є проблема вибору такої комплексної автоматизованої системи управління документаційним забезпеченням, що здатна створювати, зберігати, здійснювати пошук, редагувати і розсилати документи. Проблема тут полягає в тому, що лише небагато програм даної категорії наближаються до того рівня, на якому всі перелічені функції забезпечуються одночасно.

6.3 Видавнича справа, як сфера суспільних відносин, яка безумовно впливає на соціокультурний розвиток і об’єднує в собі організаційно-творчу діяльність, мала безпосереднє значення для соціально-комунікаційних відносин після подій Помаранчевої революції 2004 року. Це дало поштовх та натхнення багатьом сучасним критикам, політологам, літературознавцям, філософам, мистецтвознавцям висвітлити «на папері» своє професійне і мистецьке бачення «Нової України». Здобуття перемоги та досягнення успішного результату загальної суспільної ідеї не залишилось безслідно для сучасних дослідників видавничої справи та соціальних комунікацій, оскільки інтегруюча функція соціально-комунікативних технологій об’єднала студентів, пенсіонерів, інтелігенцію, малий і середній бізнес навколо певної проблематики в єдине ціле, що дало поштовх до перезавантаження національної свідомості та всебічного розвитку видавничої справи.

Технологія формування негативного іміджу використовується як в усному мовленні та Інтернеті, так і має друковану форму. В даному спектрі різнотипна поліграфічна (флаєри, банери, «стовпні наклейки») та газетно-журнальна продукція відіграє ключову роль, оскільки написання частих невеличких меседжів з масовим розповсюдженням може коштувати автору кар’єрного зросту, а «головному герою» меседжа – поступового кар’єрного падіння. Тому технологія соціальних комунікацій «трешімідж» характеризується в контексті видавничої справи поетапним впливом задля досягнення своєї кінцевої цілі.

Технологія інформаційного охоплення в контексті видавничої справи передбачає заволодіння інформаційним друкованим простором, в якому повідомлення подається в потрібному руслі задля впливу на соціокультурний простір. У друкованій формі дана технологія може використовуватись у новинних рубриках газетно-журнальних видань, де інформаційний меседж розповідатиме про подію у спектрі похвали чи осудження. Тобто технологія «пропаганди» може подавати викривлену інформацію, яка буде подана для «споживання» читачів.

Технологія інформаційного протистояння-боротьби в контексті видавничого продукту може представлятись, яку блоковій чи колонковій структурі, так і цілій інформаційній події чи розгромній та переконливій статті з масовим розповсюдженням, на яку опонент змушений відповісти, відстоюючи власні думки чи інтереси.

Технологія «інформаційна війна» найчастіше застосовується в Інтернеті та телебаченні, проте має свої виражені форми і у видавничому продукті, які пересічний громадянин може «спожити» у формі дебатів чи віднайти в колонці, присвяченій питанням-відповідям.

Технологія чуток розповсюджена найбільше в усній формі, має свої форми і в соціальних мережах. Ця технологія запускає неперевірену інформацію, яку не може опублікувати офіційний сайт чи розповісти в прямому ефірі телеканал, проте з радістю публікує «жовта преса» чи анонімний автор у газетно-журнальній продукції. Технологія чуток займає великий інформаційний простір у друкованій продукції, яка сприяє підвищенню чи підриває імідж конкретної компанії чи особистості.

**Контрольні питання та завдання для самостійної роботи**

1. Які основні цілі введення соціально-комунікаційних технологій у бібліотечно-інформаційну сферу?
2. Яке головне призначення соціально-комунікаційних технологій у розвиток бібліотечно-інформаційної сфери?
3. Яке головне призначення соціально-комунікаційних технологій архівних установ та системах документації.
4. Яке головне призначення соціально-комунікаційні технології у видавничій справі.

**Теми есе й рефератів**

1. Cоціально-комунікаційні технології як засіб управління бібліотечно-інформаційною сферою діяльності.
2. Cоціально-комунікаційні технології в структурі архівної діяльності.
3. Cоціально-комунікаційні технології в керуванні документацій ними процесами.
4. Технології соціальних комунікацій в контексті розвитку видавничої справи.

**ВИСНОВКИ**

Ускладнення та технологізація суспільних відносин актуалізують питання опрацювання методів оптимального і максимально ефективного прийняття рішень в управлінні соціальними системами. Як наслідок, виникає гостра необхідність створення, розвитку та широкого впровадження в соціальну практику соціально-комунікаційних технологій.

Вихідним положенням проблеми концептуалізації соціальнокомунікаційних технологій (СКТ) є передусім наявність різних тлумачень самого терміна. До недавнього часу вітчизняні й зарубіжні дослідники не розмежовували терміни комунікаційні та соціально-комунікаційні технології. У наукових працях на позначення одного поняття можна зустріти різні назви «соціальні», «комунікаційні» («комунікативні»), «медійні», «гуманітарні», «інформаційні» технології.

У зарубіжній науковій літературі термін «комунікаційні технології» здебільшого вживається на позначення засобів технічно опосередкованої комунікації. Зокрема для телекомунікацій, у тому числі мобільного зв’язку, супутникового зв’язку та телефонії, це технологія зв’язку, бездротова технологія, технології комутації, технології передачі, мікроелектроніка, технічна інформатика і технологія друку. Через паралельне вживання для називання цих засобів термінів «інформаційні» і «комунікаційні» технології у практику використання ввійшов термін «інформаційно-комунікаційні технології». У науковій галузі «соціальні комунікації» наявні різні підходи до розуміння сутності соціально-комунікаційних технологій. У паспорті спеціальності 27.00.06 – Прикладні соціально-комунікаційні технології зазначено, що це галузь науки, яка вивчає історію, теорію, методологію, організацію, становлення прикладних комунікаційних технологій в системі соціальної діяльності (в науці, політиці, виробництві, культурі, освіті тощо).

Сучасний науковий дискурс продовжує осмислювати різні аспекти взаємозалежності інформаційних і комунікаційних технологій, актуалізуючи увагу до процесів впливу технологій на соціум та індивіда; сутність взаємодії СКТ і суспільства; особливості реалізації різновидів соціально-комунікаційних технологій.

Володіння даним категоріальним апаратом дозволить майбутньому фахівцеві впевнено почуватись ефективним комунікатором і комунікантом у сучасному інформаційному просторі при виконанні своїх професійних, посадових обов’язків.

**Список використаних джерел**

1. Васильченко М. М. Трансформаційні процеси функціонування архіву в сучасному соціально - комунікаційному середовищі. UR: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/vkhdak/2010\_30/V30-2-12.pdf
2. Демчина Л. І. Документально-інформаційні комунікації : навч. посіб. –Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2013. 189 с. (**Гриф Міністерства освіти і науки України (лист 1/11-4518 від 27. 02. 2013 р.)**
3. Демчина Л. І. Інформаційно-комунікаційне середовище ВЗО в контексті організації самостійної роботи студентів.*Наукові дослідження, відкриття та розвиток технологій в сучасній науці.* Матеріали науково-практичної конференції (м. Рівне, 19-20 квітня 2019 року). Херсон, 2019.С. 81-84.
4. Демчина Л. І. Комунікація як соціальний феномен. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА У ПРОСТОРІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: матеріали другої Всеукраїнської Інтернет-конференції, 21 травня 2015 р. Харків, 2015. С. 20-25.
5. Демчина Л. І. Соціальні комунікації : метод. вказівки. Івано-Франківськ : Факел, 2021. 46 с.
6. Курбан О. В. До питання про технології та моделювання соціокомунікативних процесів [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/Api/2009\_23/8.pdf
7. Курбан О. В. Правові основи функціонування соціальних комунікацій в Україні [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/>Soc\_Gum/DiP/2009\_46/10-12.pdf
8. Курбан О. В. Соціальна комунікація в системі сучасного наукового знання [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_>Gum/is/2009\_10/Kurban.pdf
9. Курбан О. В. Соціальні комунікації в роботах українських дослідників [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_>Gum/is/2010\_11/Kurban.pdf
10. Курбан О. В. PR-процес у системі сучасних соціальних комунікацій [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_>Gum/is/2009\_9/Kurban.pdf
11. Лазарєва Л. М. Огляд наукових підходів до визначення сучасних теорій комунікацій [Електронний ресурс] URL: [http://www.nbuv.gov.ua/  
    portal/Soc\_Gum/](http://www.nbuv.gov.ua/%0bportal/Soc_Gum/)
12. Мар’їна О. Cоціально-комунікаційні технології як засіб управління бібліотечно-інформаційною сферою діяльності. Вісник Кн. Палати. 2018. №3. С.1-3
13. Мельник С. М. Конспект лекцій з дисципліни «Прикладні соціокомунікаційні технології» [для здобувачів денної, заочної та дистанційної форм навчання спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа]. Одеса : ОНПУ, 2020. 111 с.
14. Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікаційні технології. Запоріжжя, 2017. 110 с.
15. Островська Н. Прикладні соціально-комунікаційні технології: навч. посіб. для студ. Спец. «Журналістика» URL :http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2746/1/Ostrovska\_Applied\_social .pdf
16. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології [Електронний ресурс]. URL: http://issuu.com/the communication/docs.
17. Про інформацію : закон України : URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show
18. Про доступ до публічної інформації : закон України URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show
19. Різун В. Соціально-комунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf>
20. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. Київ : Білий Тигр, 2018. 370 с.
21. Цецик Я. П., Цецик С. П., Мартинюк Г. Ф. Застосування сучасних соціокомунікаційних технологій у процесі підготовки студентів-документознавців. Ефективна економіка. 2021. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/88.pdf>
22. Цецик Я. П., Корбутяк В. І., Кочубей А. В. Роль сучасних соціокомунікаційних технологій в ефективному управлінні діяльністю бібліотечних установ. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2022. № 8. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/410>