

Малєєва Н. С. Інформаційно-комунікативні технології у трансформаційному суспільстві / Н. С. Малєєва // Теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасної педагогіки і психології : зб. тез та наук. робіт учасників міжнар. наук.-практ. конф. (22-23 червня 2018 р., м. Львів) / ГО "Львівська педагогічна спільнота". – Львів, 2018. – С. 114–117.

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ТРАНСФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Малєєва Н. С.

У сучасному світі зростає роль комунікативних технологій (PR, пропаганди, політичної реклами). Комунікативні технології конструюють наше життя, формують нові аспекти повсякденної взаємодії, оскільки за їх допомогою можна впливати на думки, погляди, рішення людей. Вивченню питань комунікативних технологій в тій чи іншій мірі присвячені праці таких авторів як Г. Ласуел, Г. Ініс, М. МакЛуан, О. Тоффлер, П. Бурд'є, Ж. Бодрійяр, Н. Луман, Ю. Хабермас, М. Бубер, М. Кастельс. Комунікативні технології також активно досліджують вітчизняні науковці В. Бебик, В. Цвих, О. Зернецька, Л. Климанська, Г. Почепцов, Н. Костенко, М. Каращук, Д. Яковлев та ін.

Комунікативні технології у широкому сенсі визначаються як послідовність дій з виготовлення та поширення інформації з метою впливу на певну цільову аудиторію та характеризуються системністю, планомірністю, послідовністю виконання процедур та операцій. Предметом технологізації виступають психологічні властивості та характеристики особистості – установки, характер, цінності, відносини з урахуванням їх специфіки психологічних та особливостей середовища впливу [1; 5; 6; 7; 9].

Німецький соціолог Н. Луман зазначає на тому, що «Усе, що ми знаємо про наше суспільство й навіть про світ, у якому живемо, ми дізнаємося через мас-медіа» [5; с. 109]. У праці «Реальність мас-медіа» він вживає поняття інформаційно-комунікативних технологій, оскільки сучасне суспільство перетворилося на інформаційне [6]. Виходячи з розуміння комунікації

Н. Лумана, головною системною характеристикою комунікації є її аутопойезисний характер (здатність до самоорганізації, до динамічної самоподібної структуризації та переструктуризації). Враховується її здатність до самоорганізації та впливу на соціум загалом. Крім того, комунікація не є зв'язком, вона є іншим виміром у соціумі, котрий продукує певний образ і доносить його до цільової аудиторії. Комунікація виступає як емерджентна (англ. emergence – виникнення, поява нового) реальність, яка виробляється на основі синтезу трьох елементів: інформації, повідомлення, яке передає цю інформацію, та розуміння (нерозуміння) цього повідомлення і його інформації.

Інформація, повідомлення та розуміння є невіддільними елементами комунікації, і поза комунікацією самі по собі не здійснюються, тобто нема інформації без повідомлення та розуміння, але немає і розуміння без повідомлення та інформації тощо. *Комунікація – не процес, а подія, частиною якої є людина. Індивідуальна свідомість ніяк не може вступати у комунікацію з іншою індивідуальною свідомістю поза соціумом* [5; 6].

На думку доктора політичних наук Л. Климанської комунікативні технології є раціонально організованим комплексом дій в інформаційному просторі з цілеспрямованого виробництва і поширення інформації задля впливу на визначену аудиторію. У такому випадку, комунікативні технології постають як «запланований вплив на цільові групи» [2; 3]. Утім, зростає також роль комунікативних технологій, спрямованих на досягнення конкретних цілей окремих учасників комунікації.

У свою чергу, професор, доктор філологічних наук Г. Почепцов вважає, що комунікативні технології у ХХ ст. стали індустріальними засобами організації комунікативних процесів у суспільстві. Комунікативними технологіями називають PR і рекламу, пропаганду та агітацію, перформанс і резонансні технології, що в цілому спрямовані на контроль за розумом і поведінкою людей, а також процес переговорів, для якого визначальною складовою є створення атмосфери довіри [7, с. 120]. Згідно з дослідником,

основними ознаками комунікативних технологій є штучне і усвідомлене управління комунікативними ресурсами; наявність соціально значущої мети, цілеспрямованість та доцільність; системність; плановірність; технологічність (структура, номенклатура і послідовність процедур та операцій); формальна організація та функціональний розподіл праці; оптимізація та зворотний зв'язок; дискретність, наявність початку та кінця; креативність та стандартизація; циклічність та можливість тиражування [7; 8].

Дослідження комунікативних технологій та їх ролі у формуванні сучасної соціальної реальності можна поглибити в результаті аналізу різних аспектів, зокрема, політичного, креативного, інформаційного, освітнього, мережевого. Зокрема, ефективними інструментами, що застосовуються для досягнення різноманітних цілей у соціально-політичній сфері сьогодні є форсайт та аналіз фреймів, посередництвом якого розкриваються деякі прийоми мовної маніпуляції [4; 8]. Крім того, особливу роль у комунікативній політиці відіграють ЗМК, що впливають у формуванні масової, суспільної свідомості, важливе місце серед яких займають також соціальні мережі та Інтернет в цілому. На нашу думку, комунікативні технології у соціальних інтернет-мережах постають як цілеспрямована діяльність, спрямована на організацію комунікативного простору, проектування оцінок, суджень, емоцій, різноманітних форм соціальної взаємодії за участі комунікативних заходів та механізмів.

Необхідно зазначити, що для більш ефективної реалізації поставлених цілей комунікативні технології в процесі функціонування оперують образами, що можуть виникати стихійно або в результаті його конструювання. Вони опосередковують взаємодію індивіда та суспільства з публічним світом ґрунтуючись на образі цього світу. Таким чином, образи виступають одиницею масової комунікації. Очевидним є те, що Інтернет, соціальні мережі або ЗМК можуть формувати образи, що не відповідають дійсності або відповідають не в повній мірі. Це сприяє як викривленню

реальності (створенню псевдо-реальності), так і віддаленню реальності від індивіда (образи та псевдо-реальність домінує над реальністю), що виникає в момент сприйняття інформації, демонстрації та інтерпретації [11]. Зокрема, у соціальних мережах користувачі часто стикаються з неперевіреною інформацією, недостовірними джерелами, що вимагає додаткових зусиль для її перевірки. Однак індивід, що володіє знаннями про об'єктивний стан речей, потрапляє у ситуацію вибору між реальними фактами та подіями та бажаними, зручними, популярними.

Крім образів, соціальні світи конструюються за допомогою символічних систем, центральною з яких є мова. Тому з розвитком процесів глобалізації актуалізуються комунікативні технології, що впливають на інформаційну картину світу, формування певного типу свідомості та культури (highhume технології, гуманітарно-інформаційні технології: реклама, технології зв'язків із громадськістю, технології інформаційних війн тощо). Однією з таких інформаційно-комунікативних технологій медіапростору є сторітеллінг, що спрямована на зміни стереотипів особистості або групи людей за допомогою створення «історії-міфу», що задовольняє потреби користувачів посередництвом комунікації [10]. Із найбільш інноваційних О. О. Фадєєва виокремлює цифровий сторітеллінг (digital storytelling), що комбінує історії та рисунки, відео, аудіо та трансмедіасторітеллінг, що використовує різні канали комунікації (нові соціальні медіа, друковані канали комунікації, комп'ютерні ігри, відео, аудіо тощо).

Необхідно зазначити, що окрім маніпулятивних технологій впливу на масову свідомість та поведінку, важливу роль відіграють комунікативні технології, функція яких полягає у налагодженні прозорих суспільних комунікацій. Зокрема, все більшого значення набуває процес переговорів, для якого визначальною складовою є створення атмосфери довіри та відкритої, прозорої комунікації.

Список літератури:

1. Закіров М. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології як фактор еволюції соціально-політичних відносин / М. Закіров // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2017. – Вип. 46. – С. 11–30.
2. Климанська Л. Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні»: [Монографія] / Л. Д. Климанська. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. – 332 с.
3. Климанська Л. Д. Комунікативні технології моделювання політичного простору в демократичному суспільстві // III міжнародна конференція «Розвиток демократії та демократична освіта в Україні», 2005. – Режим доступу: www.democracy.kiev.ua/publications/collections.
4. Крымова Э. И. Форсайт как политическая коммуникативная технология. / Э. И. Крымова // Изв. Алтайского гос. ун-та. – 2009. – № 4-4. – С. 297-300.
5. Луман Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуникации / Н. Луман. – М.: Логос, 2005. – 280 с.
6. Луман Н. Реальность мас-медиа / Н. Луман – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3001>.
7. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 1999. – 352 с.
8. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов – М.: Рефл-бук: Ваклер, 2002. – 656 с.
9. Прибытков С. В. Фрейм-анализ в политической филологии как коммуникативная технология / С. В. Прибытков // Вестник СевГТУ. – 2012. – № 136. – С. 212-216.

10. Фадеева О. А. сторителлинг как символическая информационно-коммуникативная технология / О. А. Фадеева // Политическая лингвистика. 4 (54)'2015. – С.150-153.

11. Шеремет А. А. Коммуникативные технологии в создании псевдо- и фальш реальностей / А. А. Шеремет // Омский научный вестник. №1 (63). – 2008. – с. 70-72.