

## ЛІТЕРАТУРА

1. Забужко О. Філософія української ідеї та європейський контекст. – К.: Основа, 1993. – с. 126.
2. Франко І. Чи повертатись нам назад до народу? // Зібрання творів у 50 т. – т. 45. – К. : Наук. думка, 1986. – с. 140–150.
3. Франко І. Поза межами можливого // Зібрання творів у 50 т. – т. 45. – К. : Наук. думка, 1986. – с. 276–285.
4. Франко І. Одвертий лист до гал[ицької] української молодіжі // Зібрання творів у 50 т. – т. 45. – К. : Наук. думка, 1986. – с. 401–409.

**Моїсєєва Н.І.**

*Харківський національний технічний університет сільського господарства  
імені Петра Василенка*

### **НАЦІОНАЛЬНА ІДЕЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС**

Початковим положенням при розгляді комунікаційної проблематики майже завжди є визначення комунікації. При цьому кожний автор, як правило, обирає таке визначення, яке може бути пристосовано до предмета його розгляду. Комунікація визначається як рух смислів, обмін думками, комунікація як спілкування та ін. Це підтверджує той факт, що феномен комунікації, не зважаючи на широкий спектр характеристик і визначень, є ще недостатньо зрозумілим явищем. Поширення комунікаційної взаємодії в практиці суспільного життя людей відбувається швидше, ніж його осягнення, хоча при цьому спостерігається безліч намагань залучити поняття комунікація до наукової теоретизації в широкому колі наук. Питання щодо визначення комунікаційного процесу також є неоднозначними, як і визначення самої комунікації. Науковці США виказують думку про те, що дослідники у своїх працях не враховують різні аспекти комунікаційного процесу, що змінюються адекватно часу [1, с.72].

Серед причин такого ставлення до вивчення комунікаційного процесу вони називають, зокрема, відсутність концепцій, що дійсно орієнтувалися на його вивчення, необхідність великих фінансових витрат для побудови часових рядів, бажання дослідників швидко отримати результат на вимогу замовників, обмеження фінансування, прагнення писати дисертації та інші фактори, що серйозно перешкоджають проведенню довгострокових досліджень. Це актуалізує необхідність подальшого вивчення комунікаційного процесу з урахуванням новітніх розробок з теорії соціальних комунікацій. Метою статті є виявлення протиріч у вивченні комунікаційного процесу в системі соціально-комунікаційного знання. Завданнями – визначити дослідницьку ситуацію відносно підходів до розгляду комунікаційного процесу з точки зору сучасного рівня розвитку теорії соціальних комунікацій і трансформацій комунікаційної діяльності, що впливають на його загальну структуру та алгоритми. Наближення до вирішення цих завдань відкриває певні перспективи для розвитку та оформлення теорії соціальних комунікацій, головним об'єктом якої є соціально-комунікаційна діяльність [2, с.306-309].

Якщо комунікація розглядається як явище, що має свої характеристики, учасників, засоби спілкування або комунікаційного впливу на комунікантів для досягнення мети передачі інформації та знань, то комунікаційна діяльність базується на елементах, що входять до будь-якої суспільної діяльності: об'єкт та предмет діяльності, знаряддя та засоби праці, технологія обробки, предмети праці, еталонні зразки та форми виготовлення продуктів та послуг. З цієї точки зору необхідно розглянути підхід до розуміння комунікаційного процесу, його структури та відображення в суспільній діяльності.

Поняття комунікаційний процес широко використовується в спеціальній літературі. Як вбачають дослідники, природна (неусвідомлена) комунікація присутня в будь-яких системах, зокрема і у життєвій системі доісторичної людини. На це звертають увагу фахівці з психології, соціальних комунікацій, інформатики (Л.С. Виготський, А.Н. Леонтьєв, Ж. Піаже, В.О. Ільганаєва, Ф.С. Бацевич, А. В. Соколов, Є.О. Сєдов, В.І. Черниш та ін.). Г.Г. Почепцов зазначає, що «історично комунікацією було примушення одного іншим до виконання тієї чи іншої дії. Заради цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини» [3, с.112].

Згодом, у процесі соціалізації та становлення людської цивілізації, комунікація перетворюється на свідому дію, відокремлюється у спеціальний вид суспільної діяльності. Від простої статичної схеми «від-правник – повідомлення – одержувач» комунікація розгортається у комунікаційний процес як динамічне відтворення трансформацій його первісних елементів та набування ними нових характеристик, особливостей, зв'язків між ними. Намагання пов'язати комунікацію з інформацією стає причиною звернення інших авторів до поняття комунікаційний процес. Н. Луман визначає комунікаційний процес як процес передачі інформації від однієї людини до іншої, або її рух між групами людей різними каналами і за допомогою різних засобів комунікації (вербальних, невербальних та ін.) [4, с.7, 11].

Інформаційну залежність процесу комунікації підтримує і Г.М. Андрєєва, соціальний психолог [5, с.97-99]. Тому комунікація як процес передбачає передусім процеси перекодування вербальної інформації в невербальну та невербальної у вербальну [3, с.6]. У загальному вигляді соціально-комунікаційний процес описують таким чином: джерело (відправник), повідомлення, кодування та декодування, канал, отримувач, зворотній зв'язок. Головним при цьому виявляється спілкування між двома або кількома суб'єктами – комунікаторами. Такий підхід простежується у представників майже всіх наук, що традиційно вивчають комунікацію та спілкування [6].

Ретроспективну і досить розгорнуту картину трансформацій комунікаційної діяльності приводить у своїй роботі З.В. Партико [7]. І хоча він не ставить питання історії комунікаційної діяльності, як це робить, наприклад, А.В. Соколов у відомих своїх працях, але досить чітко відбиває рух комунікації від біопсихологічної властивості первісної людини до людини, що розмовляє, пише, створює прилади і знаряддя для посилення комунікаційної діяльності.

Додамо, що в ХХІ ст. соціально-комунікаційна діяльність стала врівень із такими формами буття людської цивілізації як пізнання і суспільна діяльність

[8]. Намагання пов'язати комунікацію з інформацією стає причиною звернення інших авторів до поняття комунікаційний процес. В.М. Бебик, аналізуючи визначення комунікації, подає її модельний ряд майже за рівнями розвитку комунікаційного процесу [9, с.12-13, 24]. Взаємозв'язок між комунікацією та інформацією значною мірою в праці В.М. Бебика має оглядово-аналітичний характер, але вже це дозволяє нам встановити залежності між розумінням комунікації як процесу, комунікацією та інформацією як предметом цього процесу, між комунікацією та технологіями її здійснення, між комунікацією та моделями її відтворення в теоретико-концептуальному пізнанні. При цьому В.М. Бебик розглядає комунікаційні канали як матеріальне підґрунтя соціальної комунікації та фактично ототожнює комунікаційний канал із засобом цілеспрямованої передачі інформації в процесі комунікаційної діяльності. Також він зауважує, що комунікаційний канал сприяє створенню (кодуванню), передачі й прийому (сприйняттю) інформації [там само]. Автор надає велике значення поняттю інформація при розгляді комунікації та відмічає, що різні види інформації по-різному використовуються та мають використовуватися в різних каналах комунікації, вибір яких диктується цілями комунікаційної взаємодії в суспільстві.

Ця низка визначень охоплює розуміння комунікації як взаємодії та обміну соціальною інформацією, як процес обміну продуктами психологічної діяльності, як обмін інформацією між складними динамічними системами, як процес, де інформація є тим, чим обмінюються суб'єкти комунікації. Це, у загальному вигляді, продовжує пояснення комунікаційного процесу через структурне представлення феномена комунікація. В цьому можна впевнитися, якщо звернутися до теми «моделі комунікацій», а також до положень західної комунікативістики, що підкреслює існування великої кількості моделей комунікації, які відображають структуру, елементи та динаміку процесу комунікації [5, 126].

Комунікаційний процес виявляється об'єктом спеціалізованої суспільної діяльності, який на рівні своєї інституціональної організації доходить до рівня індустріального виробництва. Таке припущення не є вельми абстрактним, зважаючи на розвиток комунікаційної сфери інформаційного суспільства, який надає нові факти для аналізу та узагальнень. Про це свідчать нові розробки моделей комунікації, що останнім часом значно поповнили модельний ряд комунікації з урахуванням ускладнення комунікаційного процесу в суспільстві за рахунок упровадження новітніх комунікаційних технологій і змінами характеристик його елементів. Крім того, слід згадати аналіз елементів комунікаційного процесу, що був проведений колективом авторів на основі змін соціокультурних умов комунікації інформаційного суспільства [6, с.139-149].

Як з'ясувалося вище, цей процес набуває різних форм, видів, засобів здійснення, цілей, технологій і т. ін. Все це добре ілюструють існуючі моделі комунікацій, а також класифікації комунікацій за різними ознаками. Широка наукова база моделювання комунікаційного процесу створює необхідне підґрунтя для виявлення спільних етапів, фаз, алгоритмів відтворення

комунікаційного процесу у виробничих соціально-комунікаційних системах різного призначення. Виявленню алгоритмів у комунікаційному процесі сприяють як теоретико-концептуальне моделювання комунікаційного процесу, його відображення у змістовно-функціональному наповненні відносно різних сфер використання (журналістиці, бібліотечній, інформаційній, архівній сферах, в сферах зв'язків з громадськістю і т. ін.), так і практична сфера організації виробничого процесу в комунікаційних підсистемах суспільства.

На нашу думку, до нового розуміння і алгоритмічного представлення комунікаційного процесу підходить Ф.І. Шарков, коли розглядає динамічну зміну етапів комунікаційного процесу і накреслює алгоритмічний вигляд комунікаційного процесу в рекламі [1, 72-77]. Це також відбиває потребу індустріального рівня, якого добігає суспільна соціально-комунікаційна система. Цей факт уже усвідомлений фахівцями і входить до наукового арсеналу галузі соціальна комунікація. Оскільки структурні зв'язки в системі комунікації можуть виконувати роль актів, процесів, дій, операцій, то йдеться, власне, про способи репрезентації комунікативного процесу та його алгоритми.

Більш широкі можливості алгоритмізації комунікаційного процесу відкриває хвильова модель дослідників зі США, що базується на послідовностях і зв'язках елементів комунікації. Таким чином, можна сказати, що загалом у соціально-комунікаційному знанні складається ситуація, за якої дослідники вимушені вдаватися до використання понять предмет комунікаційної діяльності, етапи комунікаційного процесу, операції, комунікаційне виробництво, комунікаційні технології. Все це є наслідком становлення глобальної системи соціальних комунікацій. Отже, дослідження комунікаційного процесу в об'єктно-предметному полі соціології, лінгвістики, філософії, інформатики, бібліотекознавства, теорії масових комунікацій, психології на сьогодні створили ґрунтовну базу для його розгляду з позицій методології більш високого рівня, до якої можна віднести методологію теорії соціальних комунікацій.

На думку багатьох сучасних дослідників, комунікаційний процес не може бути зведеним до інформаційного обміну за допомогою вербальних або невербальних знакових засобів. Тобто, розгляд комунікаційного процесу в теорії соціальних комунікацій потребує більш високого рівня концептуалізації, ніж між-наукові запозичення. По-третє, зведення розгляду комунікаційного процесу до структурних елементів комунікації не відповідає діяльній сутності соціальної комунікації як окремого виду суспільної діяльності в цілому. Комунікаційний процес має розглядатися через виявлення загальних та спеціальних характеристик комунікаційної діяльності, визначення її основних ознак, принципів, закономірностей, технологій, результатів. Подолання всіх вищезначених протиріч слугуватиме формуванню узагальнюючих положень щодо мети теоретичного стану теорії соціальних комунікацій.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации : учебник /Ф.И.Шарков. – М.: Издательский Дом «Социальные отношения», изд-во «Перспектива», 2002. – 246 с.

2. Ильганаева В.А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В.А. Ильганаева. – К.: КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2003. – 656 с.
4. Луман Н. Медиакоммуникации / Н. Луман. – М. : Логос, 2005. – 280 с.
5. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М.: МГУ, 1980. – 416 с.
6. Василик М.А. Основы теории коммуникации : учеб. / М.А. Василик. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
7. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. / А.В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002 г. – 461 с.
7. Партико З. Теорія масової інформації та комунікації / З. Партико. – Львів : ПАІС, 2008. – 290 с.
8. Ильганаева В.А. Социально-культурная динамика в социальной истории: трансформационные основания и тенденции / В.А. Ильганаева // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. – 2012. – №5. – С. 30-36.
9. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. / В.М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.

**Москальова Н.П.**

***Харківський національний технічний університет сільського господарства  
імені Петра Василенка***

### **ПОЛІТОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ПОНЯТТЯ «НАЦІОНАЛЬНА ЕЛІТА»**

У сучасному суспільстві механізми політичної участі формуються не в рамках держави, а в рамках громадянського суспільства, реалізуючи вплив різних соціальних груп на державу. Тому як інституційні механізми формування національної еліти та реалізації її повноважень необхідно розглядати не лише національну державу, але й усі політичні організації та рухи даної нації, а також угруповання, чия діяльність носить політичний характер. Держава як основний механізм контролю над їх розподілом є об'єктом впливу з боку тих угруповань і соціальних груп, які володіють достатньою концентрацією ресурсів для впливу на прийняття державних рішень. Таким чином, процес формування національної еліти носить конкурентний характер боротьби за вплив на прийняття державних рішень і в підсумку – державну владу. Від реалізації державної влади чи впливу на неї національна еліта отримує економічну ренту як у вигляді пільгового доступу до ресурсів, так і через отримання плати за їх розподіл на користь тих чи інших груп [1, с. 77]. Це означає детермінованість характеристик категорії «національна еліта» розподілом ресурсів влади в суспільстві, а також передбачає диференціювання реальних суб'єктів політичної влади у складі нації.