

З 11  
Б-48

РЕГОВА



КУЛЬТУРА  
ТА КОМУНІКАЦІЯ:  
ДИСКУРСИ  
КУЛЬТУРОТВОРЕННЯ  
В УКРАЇНІ ХХІ СТ.

Поверніть книгу не пізніше зазначеного терміну

19.05.11 20657			
2015 - 26657			
2012			
2010 - 19156			
2013			
10.06.13 МА-Вінокс О.Г.			





ІНСТИТУТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ  
АКАДЕМІЇ МИСТЕЦТВ УКРАЇНИ

---





Б331504

Ч11  
Б-48

**ОЛЕНА БЕРЕГОВА**

**КУЛЬТУРА ТА КОМУНІКАЦІЯ:  
ДИСКУРСИ КУЛЬТУРОТВОРЕННЯ  
В УКРАЇНІ ХХІ СТ.**

2004.2.27  
r  
ms

МОНОГРАФІЯ

Інститут культурології  
Академії мистецтв України

КИЇВ - 2009

УДК 130.2 (477)  
ББК 71.0 (4Укр)  
Б - 484

Рекомендовано до друку  
Вченою радою Інституту культурології Академії мистецтв України

Виконано в рамках  
фундаментального дослідження за темою:  
“Нова соціально-культурна реальність в Україні:  
методологія і наукова практика її дослідження”

Рецензенти:  
доктор мистецтвознавства І. М. ЮДКІН  
доктор мистецтвознавства В. Д. ШУЛЬГІНА  
доктор соціології В. М. ЩЕРБИНА

**Берегова, О.М.**

Культура та комунікація: дискурси культуротворення в Україні в  
XXI столітті. / Берегова О. – К.: Інститут культурології АМУ, 2009. –  
184 с. – Бібліографія с.168-175  
ISBN 978-966-2241-07-5

Монографію присвячено дослідженню сучасних соціокультурних процесів в Україні у нових реаліях XXI століття. Автором розроблено нову методологію дослідження культури шляхом імплементації світового досвіду управління процесом комунікації у соціокультурній системі «влада – громадськість» та актуалізації багатовікових вітчизняних риторико-гомілетичних традицій. У монографії висвітлено національну специфіку та стан розвитку комунікаційних процесів у культурі України на прикладі аналізу сучасної культурної політики.

Видання розраховане на науковців гуманітарного профілю, викладачів вищих навчальних закладів, фахівців галузі культури і мистецтва, широку культурну громадськість.

© Берегова О. М., 2009  
© Інститут культурології  
Академії мистецтв України, 2009

ISBN 978-966-2241-07-5



# ЗМІСТ

ПЕРЕДНЕ СЛОВО .....	7
ВІД АВТОРА .....	9
РОЗДІЛ ПЕРШИЙ	
КОМУНІКАЦІЯ ЯК ПРЕДМЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ .....	11
ПОНЯТТЯ КОМУНІКАЦІЇ В ЕВОЛЮЦІЙНІЙ ПРОЕКЦІЇ.....	13
Розвиток уявлень про комунікацію: від античності до сучасності .....	13
Основні поняття аналізу комунікаційних процесів .....	20
Філософські концепції комунікації. М. Бахтіна, К. Ясперса, М. Бубера, Ю. Габермаса, Г. Щедровицького та ін. ....	27
Інформаційно-технічний та лінгвістичний підходи до комунікації .....	38
ПОНЯТТЯ КУЛЬТУРИ В КОМУНІКАЦІЙНОМУ АСПЕКТІ .....	43
Антропологічний, функціональний, галузевий та інші підходи до визначення поняття культури .....	43
Концепції й теорії культурної комунікації в ХХ столітті .....	47
МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У КУЛЬТУРІ .....	53
Про деякі особливості аналізу знакових систем у культурі .....	53
Вплив концепцій В. Гумбольдта та Ф. Соссюра на розвиток теорії комунікації .....	59
Роль тексту в комунікаційних процесах: між дискурсом та інтерпретацією .....	67
РОЗДІЛ ДРУГИЙ	
СОЦІОКУЛЬТУРНА СИСТЕМА “ВЛАДА – ГРОМАДСЬКІСТЬ” У ДИСКУРСІ ІНТЕРАКТИВНОСТІ .....	79
ПАРАДИГМА ВІДНОСИН “ВЛАДА – ГРОМАДСЬКІСТЬ” .....	81
Концепції влади Н. Лумана, М. Вебера, Н. Вінера, Ю. Габермаса та поняття політичної комунікації .....	81
Зворотний зв’язок у суспільствах із демократичними та антидемократичними режимами .....	85
Зв’язки з громадськістю в системі державного управління .....	87
Управління процесом зв’язків з громадськістю .....	90
Використання засобів масової комунікації у зв’язках з громадськістю .....	94

ТИПОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ВІДНОСИН У СИСТЕМІ “ВЛАДА – ГРОМАДСЬКІСТЬ” .....	97
Інформування громадян про основні напрями державної політики через ЗМІ та невідійні джерела .....	97
Громадські (публічні) консультації як ефективна комунікаційна технологія .....	100
Залучення громадськості до участі – показник рівня розвитку громадянського суспільства .....	102
РОЗДІЛ ТРЕТІЙ. РОЗВИТОК КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У КУЛЬТУРІ УКРАЇНИ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ .....	107
ІСТОРИЧНІ ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ .....	109
ТЕОРЕТИЧНІ МОДЕЛІ КОМУНІКАЦІЇ В АКсіОЛОГІЧНИХ ОРІЄНТИРАХ ОСОБИСТОСТІ УКРАЇНЦЯ .....	126
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КУЛЬТУРІ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ .....	136
Нормативно-правові засади інформаційно-комунікаційної діяльності .....	136
Проблеми становлення системи зв’язків з громадськістю в Україні .....	145
Національні особливості парадигми відносин «влада – громадськість» (на прикладі культурної політики) .....	149
ПІСЛЯМОВА .....	165
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	168

## ПЕРЕДНЄ СЛОВО

В умовах розвитку сучасного суспільства, що вступило в технотронну еру з її вибухом наукових відкриттів та гіперінтенсивними потоками інформації, завданням першорядної ваги стає осмислення наслідків і перспектив технологічного прориву, дослідження спровокованих ним соціокультурних процесів як у планетарному масштабі, так і в кожній національній культурі. Глобальні зрушення в усіх сферах діяльності суспільства, викликані активізацією напрямів комунікації та інформаційного обміну, дедалі більше привертають увагу вчених-філософів, культурологів, соціологів і представників інших гуманітарних наук. Неординарні теорії розвитку соціокультурних процесів у світі, що постійно змінюється, нові аксіологічні вектори і культурно-ціннісні парадигми, з одного боку, віддзеркалюють рух історико-культурного процесу, з іншого, – суттєво впливають на нього.

Нова соціокультурна реальність відкинула в минуле часи, коли під комунікацією розуміли тільки форми зв'язку або технічні аспекти передачі інформації; це поняття виявилось придатним і для характеристики змістовної сторони культурно-інформаційного обміну в суспільстві, різноманітних форм вербальної й невербальної взаємодії, складних процесів людського самопізнання, естетичних проявів особистості тощо. Універсальність і семантична багатозначність поняття комунікації дає змогу ефективно використовувати його в різних науках гуманітарного циклу.

У пропонованій монографії, яка є першим у сучасній українській культурології досвідом наукового осмислення проблеми комунікації, зібрано та узагальнено значний за обсягом науково-теоретичний матеріал, що розкриває широку панораму філософсько-естетичних міркувань про сутність феномену комунікації в суспільстві й культурі, подано компаративний аналіз найвагоміших концепцій і теорій культурної комунікації. В монографії культура розглядається як багаторівнева соціокультурна система, в якій одночасно діють комунікаційні зв'язки різних типів.

Це одне з перших досліджень, у якому актуалізовано досвід зв'язків з громадськістю у сфері культурної політики держави, де комунікаційний підхід є принципово новим. Для сучасного стану розвитку культури України прозорі партнерські відносини між державою й суб'єктами культурно-мистецької діяльності є надзвичайно важливими: в умовах ринкових відносин та поступового відходу від традиційного для радянських часів стовідсоткового державного фінансування установ, підприємств і організацій культури кожний громадянин має право доступу до інформації про механізми й обсяги надання державної підтримки митцям, формування пріоритетів державної політики в галузі культури.

Дослідження вітчизняної культури з усім комплексом її організаційно-управлінських, науково-освітніх і творчих інституцій, спостереження комунікаційних процесів у цій сфе-

рі в історико-еволюційній проекції науково обґрунтовують не лише тенденції розвитку культурно-мистецьких практик в Україні, а й загальні шляхи культурного будівництва в ХХІ столітті. До пріоритетних напрямів культуротворення на найближчу перспективу, згідно з результатами досліджень, належить подолання деформації комунікаційних відносин у соціокультурній системі «влада – громадськість» через запровадження нової, принципово двосторонньої моделі комунікації в цій системі. Перехід від адміністративно-командних до демократичних принципів управління, що відбувається в Україні упродовж останніх десятиріч, супроводжується складними й часом болісними процесами соціокультурних трансформацій, періодами соціально-економічної нестабільності та іншими кризовими явищами перехідного етапу. Нова соціокультурна реальність викликала необхідність урегулювання суспільних відносин, зумовила потребу в опануванні досвіду передових країн у сфері зв'язків з громадськістю, технологій обміну інформацією, консультування, залучення громадськості до процесів вироблення політики і прийняття рішень – основних інструментів політики в країнах розвинутої демократії. Новаторський підхід виявлено у розгляді вітчизняних історичних традицій християнського проповідництва, дослідження й відродження яких може допомогти формуванню атмосфери взаємоповаги й толерантності, досягненню громадянського спокою й злагоди в суспільстві.

В книзі розкриваються найнагальніші проблеми державної культурної політики на новому етапі державотворення і пропонуються конкретні шляхи їх вирішення. Новий ракурс розгляду комунікаційних процесів у культурі дав можливість розробити нову методiku дослідження культуротворчих процесів та апробувати її в спецкурс «Сучасні комунікаційні технології в культурі України». Робота має представляти інтерес для студентів і педагогічних працівників школи, закладає перспективи для подальшої наукової розробки проблеми комунікації в суспільстві і культурі.

Монографія виконана в рамках фундаментальних досліджень Інституту культурології Академії мистецтв України за темою: «Нова соціально-культурна реальність в Україні: методологія і наукова практика її дослідження».

**Ю. П. БОГУЦЬКИЙ,**

директор Інституту культурології Академії мистецтв України,  
академік Академії мистецтв України,  
кандидат філософських наук, професор

## ВІД АВТОРА

Інформаційна експансія і технологічні прориви ХХ сторіччя не лише змінили обличчя соціуму, але й визначили нові умови існування культури в ХХІ сторіччі. Зростання ролі інформації та обмінно-комунікаційних процесів в усіх сферах людської життєдіяльності, нові технології зв'язку та глобальні комп'ютерні мережі продовжують трансформувати як суспільну свідомість і соціальні інституції, так і способи побутування культури як основної ознаки людської цивілізації.

В умовах значних соціокультурних трансформацій суспільство перетворюється на функціонально диференційовану спільноту, що містить розрізнені автономні функціональні підсистеми (такі, як економіка, політика, наука, релігія, культура, мистецтво тощо). Таке суспільство неможливо розглядати як впорядковану цілісність, оскільки єдиний центр, навколо якого організується, усвідомлює та відтворює себе соціум, відсутній. Розбіжності між функціональними підсистемами, між індивідом і колективом знищують принцип структурної єдності суспільства, виводячи на перший план *комунікацію*.

Саме завдяки комунікації здійснюється смислове відтворення суспільства, в якому кожна соціальна підсистема комунікує всередині себе; семантичне структурування соціальної системи забезпечує необхідну зв'язність, а через неї і цілісність суспільства. Таким чином, комунікація як суспільний процес являє собою діалектичну єдність протилежностей: з одного боку, полісемантична асиметрія, що виникає при комунікуванні різних соціальних систем, порушує цілісність суспільства, фрагментує його; з іншого боку, встановлення все нових і нових соціальних зв'язків та збільшення способів «включення» в комунікацію сприяє значно більшому, ніж у минулі часи, єднанню, цілісності суспільства. Ці складні, двоякі процеси, що з надзвичайною швидкістю розгортаються в соціокультурному просторі, змінюють свідомість людини, по-новому організують її життєдіяльність.

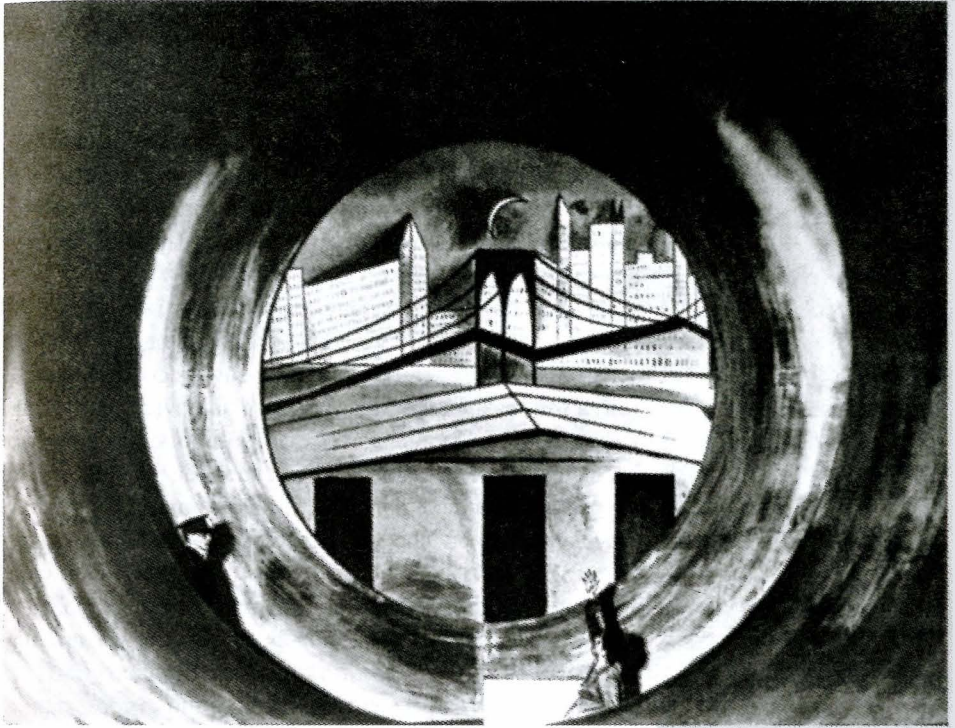
Формуються поняття і норми комунікативної етики, розвивається культура діалогових відносин, на авансцену суспільствознавчих наук виходять теорія комунікації і переговорів, конфліктологія, політична психологія та інші науки комунікативного циклу. Напруження інформаційних полів, підвищення тону комунікаційного простору та прискорення реакції людини на нову реальність породили таке явище в науці ХХ-ХХІ сторіч, як *комунікативістика* – міждисциплінарна інтегральна наука, що синтезує теоретичні підходи й моделі соціальної та когнітивної психології, соціології, лінгвістики, етнології, феноменології, символічного інтеракціонізму та інших дисциплін. Значного поширення набуває *комунікативна філософія*,

представлена іменами К.-О. Апеля, В. Кульмана, З. Д. Гуревича, Ю. Габермаса та ін. і спрямована на визнання в людині суверенної особистості, яка орієнтується на мирне співіснування з іншими особистостями та соціальними групами, узгодження розмаїтих інтересів, створення умов суспільної злагоди та громадянського спокою. Нормами комунікативної філософії стануть етика моралі, культура діалогових відносин, теорія аргументації, поняття порозуміння, згоди, спілкування та інші філософські концепти.

Поряд із цим певну увагу дослідженню комунікаційних процесів приділяє сучасна культурологічна думка, підкреслюючи важливість комунікації як певного каталізатора формування й динаміки змісту культури, твірною чинника розвитку культури й суспільства в цілому. Технологічні та ментально-світоглядні зміни в сучасному суспільстві призводять до оновлення механізмів відносин між людьми, що стають предметом художньої рефлексії. У складних суспільних процесах сучасності значно зростає роль культури, яка в добу тотальної глобалізації, відкритого, незахищеного моральними засадами Інтернету, потужного наступу медійних комунікацій, нівеляції національних культур тощо має відіграти важливу роль у глибокому укоріненні в суспільній свідомості гуманістичних цінностей, високої моралі, національної самосвідомості та патріотизму, у формуванні суспільної злагоди та розбудові демократичних інститутів держави.

Очевидно, що комунікація вступила в нову стадію відносин із культурою, інтенсифікувалися, значно ускладнилися їхні багатоманітні взаємозв'язки. Проте проблема комунікації в широкому розумінні та її значення для розвитку культури ще не стали предметом системного наукового дослідження у вітчизняній культурології, яке б охопило різні рівні суспільної життєдіяльності, як-от: соціокультурний, владно-політичний, науковий, освітньо-виховний, художній. Особливо актуальним є таке дослідження для України, яка перебуває в процесі переорієнтації суспільства на нові культурні цінності, переходу від адміністративно-командних до демократичних засад суспільного устрою, пошуку шляхів адекватного осмислення і творчої інтерпретації різних аспектів національного буття. У контексті інтеграції України у європейський та світовий культурний простір нагальною є й потреба у вивченні багатовікових вітчизняних історико-культурних традицій у комунікаційному аспекті з метою їх імплементації на сучасних теренах. Погодимось з думкою М. В. Поповича, який вважає, що "піднесення української культури не буде результатом руйнації здобутого в рамках важкого минулого. Україна створила доробок, що його вона має тепер асимілювати на нових, сучасних цивілізованих культурних європейських засадах" [1].

РОЗДІЛ ПЕРШИЙ



КОМУНІКАЦІЯ ЯК ПРЕДМЕТ  
КУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ





# Поняття комунікації в еволюційній проекції

## Розвиток уявлень про комунікацію: від античності до сучасності

Деякі дослідники вважають, що слову *communicatio* (лат. – робити спільним, пов'язувати; спілкуватися) як мінімум дві тисячі років, і первісно воно означало в культурному контексті щось на кшталт “радитися зі слухачем”. Саме таким було уявлення щодо функціонування комунікаційних процесів у часи Аристотеля – автора історично першої комунікаційної моделі, вираженої формулою:

### **Оратор – Мова – Аудиторія**

Ця триада (у різних формулюваннях вона так чи інакше входить до всіх пізніших формул і моделей, навіть найскладніших), сутнісним чином пов'язана з політичною діяльністю, формуванням достойних «вільнонароджених» моральних устоїв суспільства, базується на центральній для античної культури ідеї виховання людини згідно з традиціями етоса. У численних політико-виховних трактатах піфагорійців та стоїків чільне місце посідає «плодина вихована», яка, будучи добропорядним і вірним громадянином, займає своє «природне місце». Учителю, здатний виховати таких громадян, повинен не тільки блискуче володіти навичками комунікування – ораторським мистецтвом і даром переконання, а й сам бути взірцем високої моральності.

Комунікативно-виховні засади еллінської філософії вплинули на формування римського етоса з пануючою в ньому ідеєю достоїнства, під яким розуміли добрі вчинки, подвиги кращих синів Рима. Вважалося, що тільки напружена виховна праця робить римлянина «першим серед мужів», а громадянська доблесть повинна доповнюватися постійним потягом до знань, освіченості й творчої витонченості. В уявленнях Цицерона «достойним» є той, хто поєднує в собі політичну зрілість, тобто почуття обов'язку та здатність обійняти будь-який державний пост із високим художнім смаком, відточеною мовою оратора й творчою плодovitістю.

Крім політико-виховних аспектів комунікації античність закладає основи комунікації наукової. Однією з перших у цій сфері була ідея Аристотеля про енциклопедично освіченого мудреця, котрий знає все, наскільки це можливо, хоча й не володіє знанням про кожний окремий предмет. Аристотель був переконаний, що досліднику істини «справедливо бути вдячним не лише тим, чії думки ми згодні прийняти, але й тим, хто говорив поверхово: адже й вони в чомусь допомогли істині, виховуючи нашу здатність» [2; с.11-14]. Саме тому необхідним і корисним, на думку Аристоте-

ля, є звернення до творчості інших мудрих людей, тобто включення в наукове поле дослідження текстів різних мислителів.

Представники більш пізньої елліністичної культури, розвиваючи зовнішні аспекти енциклопедичної ідеї Аристотеля, виробили концепцію «багатовченості». Елліністи вважали, що для переконання потрібний не лише взірець високої моральності і сила абстракції, але й уміння демонструвати нові принципи на прикладах багатоманітних сфер буття (знання), в тому числі й далеких від реальної дійсності. Якщо в часи Аристотеля й Платона кожна з філософських шкіл намагалась утвердити свою індивідуальність, виробити власну систему аргументації, то в елліністичній традиції розпочинається процес запозичення фразеології, термінів, 'прикладів, висловлювань, у кінцевому підсумку – концепцій. Запозичення, намагання проілюструвати свою концепцію іншою мовою, через нові образи і термінологію стали свідченням принципового «переключення» комунікативних кодів: індивідуальний характер повідомлень епохи «великих синтезів» Платона й Аристотеля (Гегель) змінився прагненням говорити про одне й те саме різними мовами, а різноманіття філософських напрямків стало сприйматися як різноманіття окремих точок зору. Загалом, відмінною особливістю античної вченості є різноманіття філософських традицій, наявність широкого набору текстів, здатного до постійного розширення.

У добу **Середньовіччя** безмежний культурно-комунікативний Космос пізньої античності і перших християнських часів поступово звужується, епоха панування множинності текстів змінюється періодом функціонування й тлумачення єдиного священного тексту, який оцінюється як абсолютний. Середньовічна схоластика спиралася на екзегетичний спосіб мислення, який споглядав і тлумачив буття світу через релігійне першоджерело. Проблема комунікації не виходила за межі богослов'я, пов'язаного з ученням про Посередника, котрий звертається до людей, виступаючи одночасно і творцем Тексту, і хранителем ключа до його розуміння. Схема комунікаційного акту набуває нового вигляду:

### **Бог – Священне Писання – Людина**

Ніяких інших форм комунікації – міжособистих, публічних тощо – Середньовіччя не знало. Воно трактувало, тлумачило, споглядало позаісторичне Одкровення – Знання, однак, тлумачило не довільно, а відповідно до вимог доктринального Логоса. Відторгнення різноманітних трактувань Боголюдини призвело до того, що різноманіття було вигнаним на периферію, в еретицтво. При цьому схоластична наука, виробляючи «ортодоксальну мову» для позначення всього суцього, всіх матеріальних і духовних цінностей, приховувала невичерпний смисл істини Одкровення, яка вимагала індивідуального переживання та особистого осмислення. У надмірному «університетському» прагненні до дефініцій, схолій і дістінкцій, нарощуванні деталізації, яке заводило в тупик, зникала можливість віднайдення всеохоплюючого смислу всього суцього, розмивалися дійсні виміри людського існування. Усебічно стиснута богословськими ритуалами й догматами, особистість не могла розкрити себе в комунікації, змушена тримати при собі думки, почуття й переживання.

Ренесансна ідея *humanitas* розбиває середньовічну схоластичну доктрину комунікації прагненням самодостатності досвіду самовизначальної істини. Проти обмеженості комунікації, що здійснювалася під суворим церковним наглядом, першим виступив Данте, протиставивши нісенітницям середньовічної схоластики своє поетичне слово, яке надавало піднесених вимірів життєвому світові людини. Потім проти університетської вченості виступив Петрарка, котрий вбачав призначення людини в реалізації таких діянь і творінь, які будуть пам'ятати всі наступні покоління.

Так, комунікація зі сфери схоластичного універсуму церковно-ієрархічних відносин та відірваної від усього земного університетської вченості потрапляє в особистісну площину, в царину художнього особистісно-творчого вираження божественної сутності і справжньої величі самої людини через притаманні їй креативні властивості й поетичну стихію слова. «В обличчі Данте й Петрарки поезія долає схоластику: вже не доктрина з притаманною їй логіко-граматичною артикуляцією, а поетичне слово стає опосередкованою з'єднувальною ланкою між Божественним Логосом і людською мовою» [3; с.25]. Відповідних змін зазнає схема комунікації:

#### **Божественний Логос – Поетичне слово – Людська мова**

Як видно з наведеної схеми, в епоху Відродження посилюється увага до нових можливостей мови. Взагалі, для номіналістів і гуманістів 14 ст. мова виявляється незалежною від буття сферою, де здібності людини можуть виявлятися абсолютно вільно. Номіналісти розмірковували про співвідношення слів і речей та відповідність мовних структур структурам природно суцього буття, шукали однозначні й «елегантні» форми вираження теологічних істин, підкреслювали незалежність мовних номінацій від «реалій» чуттєвого сприйняття. Гуманісти заново відкривали чуттєвий континуум поетичного досвіду, в якому широкий світ вільних інтенцій і значень, можливостей творчості і вивчення нових смислів людського існування вважали необмеженими.

Справжній культ творчої особистості і наділення будь-якого творчого акту сакральними властивостями, характерні для Ренесансу, призводять до перегляду комунікативних функцій інших видів мистецтва: на статус «поетичної теології» крім поезії претендують живопис, скульптура та архітектура, а всі технічні винаходи і проекти наділяються магічним ореолом у відповідності з образом самої людини та прийняттю для неї світу. Комунікативне навантаження естетичного континууму полягає у втіленні людської величі й гідності; згідно з думкою Леонардо да Вінчі, всі таїни світу, що видобуваються винахідником і художником з найпотаємніших глибин знання, постають перед нами в загадково-цілісному образі реальності, в такій єдиній картині світу, в якій все немов би в один момент розкривається, і, в той же час, виявляється прихованим. Тому в епоху Ренесансу великого значення набувають зусилля художника і винахідника, здатних наблизитися до розкриття таємниць світотворення і зафіксувати в своїх опусах приклади торжества людського духу.

У добу **Нового часу** комунікація пов'язується не зі словом, мистецтвом чи

емоційно-чуттєвим сприйняттям світу, а з певними особливостями людського розуму. Від Декарта до Гегеля переважає раціоналістичне трактування взаємодії розуму зі сферою почуттів, що виразилося у звеличуванні розуму й приниженні ролі чуттєвої, афективної сторони діяльності людини. Характерною особливістю нової європейської культури була відмова від культурно-комунікаційних зв'язків із традицією та авторитетами минулого, які, на думку мислителів Нового часу, є нездатними виробити єдину достовірну істину.

Р. Декарт взагалі заперечував необхідність комунікації як в історичній ретроспективі, так і в перспективі сучасності, вважаючи, що вплив культурних забобонів замулює розум і перешкоджає самостійному пошуку істини. На думку Р. Декарта, немає потреби ні в історичному накопиченні й трансляції знань, ні в співробітництві з сучасниками, ні навіть у читанні книг, нехай вони містили б усі істини. Справді істинним, за Р. Декартом, може вважатися лише те, що засвідчено власним розумом людини [4].

Отже, звільнення від комунікаційних зв'язків та очищення людського розуму від усього привнесеного зовні повинно було стати необхідною передумовою достовірного пізнання. Методично послідовно програма очищення людського розуму була сформульована Ф. Беконом у його знаменитій критиці «ідолів» (або «привидів»), метою якої було усунути з пізнавального процесу все, здатне викривити його хід і результати. Бекон вважав за необхідне очистити розум не лише від зовнішніх, запозичених ним забобонів і вірувань, але й від внутрішньо притаманних йому людських антропоморфних елементів – родових, соціальних, історичних, індивідуальних, що витікають із його власної природи. Завдання виключення з пізнавального акту «всього людського» послідовно розвивалося в 17 ст. Гоббсом та Спінозою.

Програма культивування розуму, що стала головним проблемно-комунікативним напрямом філософії 17 століття, включала 3 завдання: очищення розуму від забобонів, удосконалення розумного пізнання за допомогою методичних правил і здійснення розумного контролю над пристрастями та волею. Розум, що пізнає, як вважали, може й повинен регулювати емоційно-вольову сферу життя. Ця загальна тенденція по-різному втілювалася у філософських вченнях.

Так, англійський філософ **Джон Локк**, розробляючи принцип походження знань та ідей зі світу почуттів, розрізняв дві сторони людського досвіду – зовнішню та внутрішню. Під зовнішнім досвідом він розумів вплив матеріальних предметів на органи почуттів людини, називаючи це інакше – відчуттям. Внутрішній досвід, за Дж. Локком, – це «самодіяльність душі» або, іншим словом, рефлексія. Відчуття (зовнішній досвід) і рефлексія (внутрішній досвід), згідно з Локком, є двома самостійними джерелами пізнання, з яких людина отримує всі свої ідеї, поняття, уявлення. За Локком, розум, що пізнає, не впливає на волю, бажання і прагнення людини, але людині підвладний вибір: реалізувати бажання, що виникли, відразу або утриматися. У цьому суть теорії виховання Дж. Локка, орієнтованої на створення умов для розумного усвідомлення кожним індивідом його власних інтересів і на пізнання

ним адекватних засобів їх досягнення. Таким чином, у Дж. Локка процес виховання представлений як самовиховання, а комунікація – як автокомунікація (рефлексія).

Німецький філософ-ідеаліст **Готфрід-Вільгельм Лейбніц** вважав основою всього суцього (в т.ч. пізнання) монади – самостійні духовні субстанції, свого роду «душі» всіх речей, всього життя. Монади активні, здатні до самостійної рухливості; сфера їхньої діяльності – уявлення, матерія – лише окремий прояв цих самостійних духовних сутностей. Верховна монада – Бог, котрий творить нескінченне різноманіття існуючих монад, встановлює ієрархію й тип комунікаційних зв'язків між ними. Комунікація монад – вияв божественної гармонії. Неорганічний світ, за Лейбніцом, є поєднанням нижчих монад, що володіють ясним уявленням і розумінням дійсності. Таким чином, уся природа є органічною; неживої природи, за Лейбніцом, немає. Лейбніц відкидає ідею беззастережної переваги сучасності над минулим, закладаючи підвалини історизму в науці: «Кожний сучасний стан простої субстанції є наслідком її попереднього стану, тож її теперішнє також вагітне майбутнім» [5; с.417]. Лейбніцу належить і відкриття сфери підсвідомості, що відіграло вирішальну роль у формуванні єдиної педагогічно-психологічної концепції пізнання та виховання людини, розвинутої представниками руху філантропістів у 18 сторіччі.

У сфері соціальної комунікації 17 століття було епохою панування «юридичного світогляду», суть якого полягала в інтерпретації всіх типів комунікаційних зв'язків і відносин людей у суспільстві, в першу чергу, як відносин правосуб'єктів; суспільства – як системи законодавства та організації влади, а людини – як громадянина, носія прав, свобод і обов'язків. Головним результатом юридичного світогляду стали концепції «природного права» та «суспільного договору», згідно з якими люди володіють сукупністю даних їм «від природи» прав і свобод, а формування держави й суспільства є юридичний акт, згода індивідів, у якій здійснюється взаємне перенесення й поступка частини початкових прав.

У 18 столітті теорії «природного права» були піддані суттєвим змістовним перетворенням і втратили претензії на роль універсальної теорії суспільства. Представники «моральної філософії» часів англійського Просвітництва виявили обмеженість правових концепцій, які були наділені правом регулювання тільки зовнішньої поведінки і дій людей, залишаючи в стороні найсуттєвіші внутрішні чинники і мотиви. Вони вважали, що піддунтям міжлюдської комунікації та суспільних зв'язків є вроджене «моральне почуття» (та його вияви в симпатії, співчутті, безкорисних вчинках), яке є початковою суспільною якістю кожної людини.

Взагалі, широке розповсюдження моральних норм і вже добутих істин як головні якості відкритих комунікативних систем доби Просвітництва є свідченням перегляду уявлень про автономного, суверенного й рівноправного суб'єкта, котрий вдосконалював свій розум, спираючись на власні ж сили. Уже самі терміни «просвітництво», «просвіщати» передбачали наявність комунікативної пари: того, хто знає істину й повідомляє її іншим, і того, хто її сприймає й засвоює. У вченнях французьких та німецьких просвітителів про людину всіляко підкреслювалася роль

виховання в широкому сенсі, який включав не лише спрямований виховний вплив, а й сукупний вплив комунікативного середовища, що охоплює умови життя, суспільні порядки, звичаї, традиції тощо.

Зокрема, **Йоганн Готфрід Гердер**, на відміну від Декарта, підкреслював, що людина навчається всього від інших людей. Якби вона могла пізнати все «зсередини себе», «то існувала б історія людини, а не історія людського роду» [6; с.229]. За Гердером, людину формує культура й традиція передачі культури. Історичне існування культури забезпечується, на думку мислителя, в першу чергу, за допомогою мови й традиції як механізму її історичної трансляції. Традиція ж не є щось незмінне, що лише наслідується; вона своєрідно перетворюється й застосовується новими поколіннями. Як зауважував Гердер, цей процес можна назвати культурою, а можна й просвітництвом, бо він є широкомасштабним і нескінченним, адже «...ланцюг культури й просвітництва протягнеться до самих країв землі» [6; с.230].

Наприкінці 18 століття в Німеччині з'явилася ціла плеяда освітян, котрі намагалися здійснити на практиці «революцію в педагогіці». Найвидатніша роль в історії німецького Просвітництва належить представникам педагогічної течії, що дістала назву *філантропізму*. Головною ідеєю цього руху було прагнення зробити школу місцем, де юнацтво готується до життя в суспільстві та практичної діяльності, виховувати корисних для держави громадян, активних і життєлюбних, що змусило переглянути як зміст освіти, так і її методи. Філантропізм висунув завдання гармонійного розвитку людської особистості на основі розумового, фізичного й морального виховання. Нові освітньо-виховні цілі були спрямовані на подолання відриву школи від життя, що існував упродовж багатьох століть. Саме тому до навчальних планів загальноосвітніх закладів філантропісти включали значну кількість реальних предметів, що повинні були озброїти учня певним мінімумом наукових знань, необхідних у практичній діяльності, а викладання здійснювали на основі принципів наочності, активності, свідомої роботи всіх учнів. Філантропісти першими в Німеччині започаткували напрями дитячої психології та наукового обґрунтування педагогіки, розпочали розробку теорії дошкільного виховання, в якій важливе місце відвели грі. Вони стали фундаторами спеціальних розробок з проблем фізичного, морально-патріотичного та трудового виховання.

Ідея трудового виховання розроблялася особливо ретельно, «праця і трудове виховання постають як органічне продовження гри, спрямоване на формування волі та навичок продуктивної діяльності» [8; с. 54]. Послідовне й наочне розкриття перед дитиною світу сучасного повсякденного життя через роботу в полі та саду, рибальство та мисливство, вивчення устрою механічних пристроїв, обробку деревини, металу, шкіри, скла, виготовлення одягу, керамічні та силікатні роботи, друкарську справу тощо, з одного боку, вважалося важливим засобом зміцнення здоров'я дітей, а з іншого – мало величезне культуротворче значення, оскільки трудове виховання розкривало коди відтворення й трансляції норм культури. Один із основоположників трудового навчання Б.Г. Блаше, котрий впровадив до шкільної практики роботу

з картоном як засіб ознайомлення дітей з початками геометрії, звертав увагу на те, що різноманітна ручна праця сприяє розвитку у дітей естетичного смаку, створюючи умови для розгортання їхньої творчої ініціативи [7; с.127].

Колега Б.Г. Блаше І.Г. Хойзингер встановив тісний зв'язок між фізичною працею та розумовим розвитком: «Ручні роботи, – писав учений, – якщо лише вони не носять чисто механічного характеру, як, наприклад, розпилювання дров, мають значно більший зв'язок із розумовими потребами, ніж зазвичай вважають. Кожна людина радіє, коли вона має можливість реалізувати те чи інше своє уявлення. Однак, ніхто не відчуває більшого задоволення, аніж людина, котра виготовила матеріальну річ» [7; с.129]. Ручна праця також уявлялася Хойзингеру важливим засобом розвитку естетичного смаку та винахідливості, оскільки діти, за його спостереженням, відчують красу, головним чином, у формі матеріальних предметів.

Ідеї німецьких філантропів були новими і прогресивними для того часу, це був вибух, «стрімка революція» (І. Кант) у сфері освіти й виховання. «Педагогічну програму філантропів лаконічно виразив Й. Фіхте: «Головною вимогою нової національної освіти є те, що навчання повинно поєднуватися з працею». Випереджаючи свій час, він висунув, по суті, вимогу перманентного навчання, реалізація якої стала можливою лише в ХХ сторіччі, приміром, в освіті дорослих. Для Фіхте практика стала визначальним критерієм результативності навчального процесу, сполучною ланкою особи та громади...» [8; с.54-55].

Таким чином, невеличкий історичний екскурс дає уявлення про те, як відбувався процес становлення поняття й явища комунікації від античності до епохи Нового часу, які типи комунікаційних зв'язків переважали в культурі того чи іншого історичного періоду. Ми переконуємося, що близьке до сучасного раціоналістичне розуміння комунікації з відповідними концепціями культурної комунікації та культуронаслідування сформувалося в добу Просвітництва, адже саме тоді почали складатися основи правової держави, соціальні структури громадянського суспільства.

За століття свого існування слово “комунікація” використовувалося в багатьох сферах людської діяльності. Зокрема, мовою будівництва та архітектури воно означало “з'єднувальні двері”, “коридор”, а також “підземні комунікації; професійною мовою армії – “траншея”, “з'єднувальний хід”, “фронтові комунікації”. Поступово викристалізувалося сучасне розуміння терміну “комунікація”, яке в загальнокультурному контексті інтерпретується в значеннях: 1) передача чогось у просторі, шляхи сполучення (залізничні, водні, повітряні тощо), а також мережі підземного господарства (підземні комунікації, водопровід та ін.); 2) форми зв'язку – сигнального, електромагнітного, світлового, звукового або засобів – мови, письма, телеграфу-телефону-факсу, креслень, книг, інструкцій і т.п.; 3) міжособистісне спілкування, засноване на прагненні до взаєморозуміння або на простому взаємоінформуванні; 4) масова комунікація як процес обміну інформацією через використання загальнодоступних технічних засобів масової інформації (преса, кіно, Інтернет).

Отже, в найбільш широкому, узагальнюючому значенні під комунікацією мож-

на розуміти “сполучення, по якому щось переміщається, транспортується або доставляється” [9; с.23]. Зокрема, в процесі міжособистісної комунікації відбувається обмін повідомленнями, тобто здійснюється передача інформації від одного учасника комунікаційного акту до іншого. Оскільки люди не вміють спілкуватися безпосередньо (скажімо, за допомогою електричних імпульсів, що посиляються від одного мозку до іншого), – інформація кодується через використання певної символічної системи, передається, а потім декодується або – ширше – інтерпретується адресатом повідомлення. З усіх видів знакової (символьної) поведінки в людському співтоваристві найважливішими є використання мови (вербальна комунікація) та супроводжуюча його несловесна поведінка (невербальна комунікація). У сукупності вони утворюють знакову комунікацію, або комунікацію у вузькому значенні.

Взагалі, в світі існує понад 160 дефініцій поняття комунікації. Зростання інтересу до поняття та явища комунікації зумовлене «спалахом-вибухом» комунікації в ХХ сторіччі. Тема комунікації, інтерсуб’єктивності, діалогу стає провідною у філософії, а пов’язано це з поворотом філософської і наукової рефлексії до дійсності мови. З початку ХХ століття розгортаються дослідження мовних і знакових структур у сфері лінгвістики (Соссюр), семіотики (Леві-Стросс, Морріс), логіки (Рассел, Вітгенштейн), психоаналізу (Берн), футурології (Печчеї, Кінг); з’являються концепції діалогічної (Бахтін), екзистенціальної (Ясперс), мисленнєвої (Щедровицький) комунікації, теорії символічного інтераціоналізму (Мід), комунікативної дії (Габермас) та інші напрями наукових розробок проблеми комунікації. Зупинимось на деяких аспектах міжлюдської комунікації, що має вирішальне значення для повноцінного функціонування культури.

## Основні поняття аналізу комунікаційних процесів

Для більш точного розуміння комунікаційного процесу необхідно розмежувати і переглянути смисли термінів “спілкування”, “діалог” і “комунікація”. У різних науках ці терміни часом ототожнюються, що й не дивно, адже комунікація здійснюється людьми, а той, хто вивчає комунікацію, вивчає людей, котрі вступають у відносини один з одним, зі своїми групами, організаціями й суспільством у цілому. На думку американського теоретика комунікації У. Шрамма, “щоб зрозуміти процес людської комунікації, необхідно зрозуміти, як люди спілкуються між собою” [10; с.17].

В англійській лінгвістичній літературі під терміном “комунікація” розуміють обмін думками й інформацією в формі мовних або письмових сигналів, що саме по собі є синонімом терміну “спілкування”. У свою чергу, поняття “спілкування” означає процес обміну думками, інформацією та емоційними переживаннями між людьми. У цьому сенсі дійсно немає різниці між спілкуванням та комунікацією. Так розмірковують лінгвісти, для яких спілкування є актуалізацією комунікативної функції мови в різноманітних мовних ситуаціях.

У психологічній та соціологічній літературі спілкування й комунікація розгля-



даються як несинонімічні поняття, але такі, що перетинаються. Тут термін “комунікація” використовується для позначення засобів зв’язку будь-яких об’єктів матеріального й духовного світу, процесу передачі інформації від людини до людини, а також передачі й обміну інформацією в суспільстві з метою впливу на соціальні процеси. Спілкування ж розглядають як міжособистісну взаємодію людей при обміні інформацією пізнавального або афективно-оцінювального характеру. В числі основних функцій спілкування виділяють також контактну, що має задовольнити потребу людини в контакті з іншими людьми, та впливову, яка виявляється в постійному прагненні людини певним чином впливати на свого партнера. Ось чому спілкування означає вплив, обмін думками, поглядами, а також узгодження чи потенційний або реальний конфлікт.

Існує точка зору, що базовою категорією є комунікація, що протікає між людьми в формі спілкування як обмін знаковими утвореннями (повідомленнями). Але в середовищі вчених-психологів існує протилежне трактування співвідношення понять “спілкування” й “комунікація”. Вони вважають поняття комунікації складовою частиною значно ширшого поняття спілкування, поруч із іншими його складовими – інтеракцією (організацією взаємодії та впливу) та міжособистісною перцепцією (чуттєвим сприйняттям як основою взаєморозуміння) [11]. При цьому комунікація виступає своєрідним посередником між індивідуальною та суспільно значимою інформацією.

У філософській науці розрізняються цілі комунікації та спілкування: для останньої – це не пошук інформації (знання) і не уточнення понять, як у комунікації, а заснований на взаємному прагненні до згоди й розуміння конструктивний пошук спільного смислу. «Завдяки можливості спілкування кожний з нас встановлює соціальні зв’язки і відносини, класифікуючи людей на Своїх, Чужих і Сторонніх (“свої” – це близькі, друзі, “чужі” – ціннісно нейтральні, можуть стати своїми, а можуть і ворогами, “сторонні” – це вороги, небезпечні й незрозумілі люди)» [12; с.8].

Комунікація є приводом до обмінів інформацією, можливістю спілкування, але не спілкуванням у прямому розумінні. Це двосторонній процес обміну повідомленнями, заснований на загально визнаних поняттях і обумовлений як змістом взаємовідносин комунікатора й комуніканта, так і їх соціальним оточенням. Комунікація, на відміну від спілкування, не спрямована на досягнення згоди і пошук спільних смислів. Часто комунікація, особливо масова, має негативний підтекст, оскільки ототожнюється з державною машинерією – політичною репрезентацією, обробкою масової свідомості, ідеологічним тиском, маніпуляцією перевагами електорату і т.п. У такому сенсі комунікація є не засобом спілкування, а “засобом роз’єднання людей, їх класифікації, нав’язливого ідентифікування” [12; с.9].

В останні десятиріччя спостерігається певна еволюція поняття комунікації в його співвідношенні з поняттям спілкування. Найбільш показовими в цьому плані є роботи М. Петрова та М. Кагана.

Так, **М. Петров** розумів комунікацію як один з видів спілкування або як термін,

пов'язаний з координацією діяльності членів суспільства. На його думку, «комунікація завжди функціонує в режимі заперечного зворотного зв'язку, тобто виникає там і тоді, де і коли виявляється неузгодженість між тим, як воно є, й тим, яким воно повинно бути з точки зору прийнятої й зафіксованої в соціокоді норми. Якщо все йде, як треба, приводи для комунікації відсутні, відсутня й сама комунікація» [13; с.40]. За М. Петровим, комунікація як вид спілкування за своєю внутрішньою суттю нейтральна, для неї немає значення, які саме цінності й реалії закріплювати й стабілізувати в суспільстві. На інституційній будові і механізмах комунікації можуть не відбитися навіть радикальні зміни в соціокоді. У тому ж режимі заперечного зворотного зв'язку структури комунікації будуть укорінювати в свідомості, закріплювати й стабілізувати нові норми і правила. «Більшого комунікації не дано, й на більше вона не претендує», – підсумовує М. Петров [13; с.41].

У концепції **М. Кагана** спілкування відрізняється від комунікації за низкою ознак: 1) спілкування є зв'язком рівних партнерів, що прагнуть до спільного вироблення інформації, тоді як комунікація є процес, що передбачає функціональну нерівність сторін, одна з яких є відправником повідомлення (комунікатором, адресантом), інша – одержувачем послання (комунікантом, адресатом, реципієнтом); 2) метою спілкування є спільність, метою комунікації – передача інформації (або обмін інформацією, коли є зворотний зв'язок). На думку М. Кагана, комунікація за своєю природою монологічна, а спілкування – діалогічне, тому законом комунікації є зменшення інформації в каналі зв'язку, а законом спілкування – зростання обсягу інформації, збагачення духовного світу обох партнерів; 3) спілкування можливе лише при вільному входженні в нього учасників, а комунікація облігаторна – суспільство зобов'язує людину прийняти й засвоїти певний обсяг інформації, необхідний з його точки зору мінімум знань і проектів; 4) акт комунікації безособовий – послання відправляється всім адресатам, і кожний з них повинен однаково прийняти, зрозуміти й засвоїти його зміст; спілкування ж інтенціонально – діалог передбачає відчуття індивідуальності партнера та орієнтацію висловлювання на його характер, тезаурус, світогляд, ставлення до співрозмовника [14; с.295-296].

Одним з найважливіших змістовних аспектів відмінності між спілкуванням і комунікацією М. Каган вважав те, що «комунікація в принципі є байдужою до системи соціальних відносин, тоді як спілкування безпосередньо від неї залежить і розвивається в діалектично-суперечливій взаємодії з розвитком соціальних структур, суспільної свідомості, культури» [15; с.190].

Концепція М. Кагана з огляду на посилення комунікаційного чинника в сучасному суспільстві та культурі видається нам застарілою, орієнтованою на домінуючі в соціумі 70-80-х років ХХ сторіччя принципи однобічної комунікації, тому дозволимо собі деякі критичні зауваження щодо її ключових моментів.

По-перше, комунікація в сучасному розумінні з позицій ХХІ століття вже давно не передбачає «функціональної нерівності сторін»: відправник та одержувач повідомлення можуть у будь-який момент помінятися ролями, що особливо помітно

при комунікаційній взаємодії в інтерактивному режимі (режимі реального часу). У цьому розумінні комунікація, як і спілкування, за М. Каганом, теж є зв'язком рівних партнерів, котрі прагнуть якщо не до спільного вироблення інформації, то до пошуку консенсусу.

По-друге, М. Каган розглядає зворотний зв'язок у комунікації лише як окремих випадок цього явища, в той час як у сучасному суспільстві намітилася виразна тенденція вважати цей елемент комунікації обов'язковим.

По-третє, при існуючому в суспільстві плюралізмі ідей, думок, укладів і способів життя тощо комунікація перестала бути облігаторною, суспільні структури вже не зобов'язують людину засвоювати певний обсяг інформації та знань, а пропонують вибір, який залежить від волі людини.

По-четверте, давно відійшло в минуле уявлення про те, що комунікатор і комунікант користуються однаковим набором кодів та інших інструментів комунікації, і саме це дозволяє адекватно сприймати інформацію. Сучасні теорії комунікації однією з умов ефективної комунікації вважають орієнтацію джерела повідомлення на особливості одержувача.

Нарешті, стосовно відносин комунікації з соціальним середовищем. У контексті формування уявлень щодо інститутів і процедур демократичного суспільства та відкритих, гармонійних, прозорих соціальних відносин, стрижнем яких є розвинута комунікація з обов'язковим зворотним зв'язком, твердження М. Кагана про «байдужість» комунікації до системи соціальних відносин сприймається як рудимент радянської ідеології. Яскравим підтвердженням нашої думки є термін *«соціокультурна комунікація»*, що використовується в науковій літературі для позначення базових механізмів і складових процесу формування соціальних зв'язків, управління спільною життєдіяльністю людей і регулювання її окремих галузей, накопичення й трансляції соціального досвіду.

«Соціокультурна комунікація – це процес взаємодії між суб'єктами соціокультурної діяльності (індивідами, групами, організаціями тощо) з метою передачі або обміну інформацією через прийняті в даній культурі знакові системи (мови), прийомы та засоби їх використання» [16]. Виступаючи одним із базових механізмів культурного поступу і гарантом суспільної стабільності, соціокультурна комунікація є необхідною умовою відтворення соціуму і притаманного йому типу культури. Ефективна соціокультурна комунікація сприяє формуванню певного типу світогляду, трансляції відповідних норм соціальної поведінки, налагодженню діалогу різних соціальних шарів шляхом відтворення загальнозначущих цілей та ідеалів.

Необхідними умовами й структурними компонентами соціокультурної комунікації є наявність: 1) спільної мови у суб'єктів комунікації, що ґрунтується на подібних принципах фіксації; 2) певних каналів інформації; 3) правил здійснення комунікації, відповідних наявній соціальній та цілісній ієрархії (конкретно-історичній формі взаємин елітарних, масових і маргінальних, національних, релігійних та інших культурних просторів).

У змістовному відношенні соціокультурна комунікація може бути диференційована на чотири напрямки: *новаційна* – сприяє прилученню споживача інформації до нових для нього знань про властивості та ознаки явищ, об'єктів і процесів, про технології і норми здійснення будь-якої діяльності, акти поведінки та взаємодії, мови, знаки та засоби соціокультурної комунікації, навчає соціальному досвіду спільноти або людства в цілому; *орієнтаційна* – допомагає споживачеві інформації орієнтуватися в системній структурі природного та соціального простору, в ієрархічній співвіднесеності його елементів, формує екзистенційні та ціннісні орієнтації, задає критерії оціночних міркувань, пріоритетів вибору тощо; *стимуляційна* – впливає на мотиваційне підґрунтя соціальної активності людей, актуалізує знання людини про навколишнє середовище та технології діяльності, стимулює прагнення до отримання нових знань заради задоволення соціальних потреб тощо; *кореляційна* – уточнює або оновлює окремі параметри перерахованих вище видів знань, орієнтацій та стимулів.

Різноманітні інтерпретації терміна «соціокультурна комунікація», засновані на різних методологічних парадигмах, акцентують суть цього явища або як сукупності засобів передачі соціальної інформації, що утворюють базу для становлення й розвитку «інформаційного суспільства» (технократично-раціоналістичний підхід), або як способу досягнення розуміння однієї людини іншою, як механізму «вживання», «вчування» (феноменологічна інтерпретація).

Активізація соціокультурного компонента комунікації в сучасному світі пов'язана зі специфікою обміну інформацією в соціумі. У певному сенсі кожна соціальна дія може бути розглянута як комунікативна, оскільки вона завжди містить і виражає суспільно значущу інформацію. Власне культурної специфіки ця інформація набуває тому, що регулює уявлення людей щодо рівня соціальної прийнятності тих чи інших способів здійснення будь-якого виду діяльності, інтелектуальних оцінок і позицій, чим у кінцевому рахунку і визначається функціональне навантаження цих уявлень як інструментів забезпечення соціальної взаємодії.

Специфічною сферою соціокультурної комунікації виступає масова комунікація, яка може бути визначена як культурна сфера, що складається з відкритих, упорядкованих процесів трансляції соціально значущої інформації, які цілеспрямовано породжуються та регулюються. Основною змістовною одиницею будь-якого виду соціокультурної комунікації є повідомлення або текст.

Оскільки з культурно-семантичної точки зору будь-який культурний об'єкт або процес володіє символічними властивостями і в силу цього є культурним текстом, то це означає, що засобом соціокультурної комунікації є вся культура як системна сукупність різноманітних культурних феноменів і процесів, а також кожний її феномен і процес, взятий окремо. Безпосереднім носієм інформації про атрибутивні ознаки того чи іншого культурного тексту, його функціональне навантаження, структурно-ієрархічний статус у системі тощо виступає культурна форма відповідного об'єкта, явища або процесу. При цьому слід відрізнити культурні форми,

для яких семантична функція є основною (природні і штучні мови, церемоніальна і сигнальна поведінка, обряди і ритуали, художні образи тощо), від форм, для яких семантична функція є додатковою.

Типологія процесів соціокультурної комунікації може бути вибудована в залежності від: 1) характеру суб'єктів комунікації (міжособистісна, особистісно-групова, міжгрупова, міжкультурна тощо); 2) форм комунікації (вербальна, невербальна); 3) рівнів протікання комунікації (на рівні повсякденного спілкування, в спеціалізованих галузях соціокультурної практики, в контексті трансляції культурного досвіду від спеціалізованого рівня до повсякденного тощо).

Поняття соціокультурної комунікації відбиває особливості соціального простору часу. Зокрема, соціальний простір сучасності стає все більш інтегрованим на основі носіїв повідомлень, а в практичному плані відкриває невідомі раніше горизонти свободи і проникності як для соціальних технологій, так і для кожної соціальної одиниці – людини, яка отримує можливість заявити про своє існування. Соціальний і соціокультурний простір нашого часу за допомогою технічних засобів може поєднуватися з будь-яким іншим простором, а також здатен «повідомляти» про себе через дискурсивні практики, ідеології, символічні форми, гіпертексти і власне комунікацію. На думку Е. Гідденса, «глобалізуючі тенденції модерніти є одночасно екзистенціональними та інтенціональними – вони пов'язують індивідів із системами великих масштабів і на локальному, і на глобальному рівнях» [17].

Отже, соціокультурна комунікація стає доступною як для «абстрактних» носіїв інформації, так і для досить персоніфікованих «точок зору», котрі хоча й обумовлені структурними рамками «власних» семіотик, але мають тенденцію до універсалізації простору і прагненням до наділення соціального світу «доктринальною модальністю» (Е. Гуссерль). Це пояснюється тим, що установки та орієнтації суб'єктів, їх ментальні моделі осягнення соціального світу виникають у результаті інтерналізації структур соціальної реальності. Таким чином, у просторі соціокультурної комунікації перетинаються й формуються інтерсуб'єктивності різного рівня і природи.

Простір соціокультурної комунікації активно формує новий режим отримання знань, новин, особистого та ділового спілкування, інтенсифікує процес народження нових публічних сфер та ідеологій, виявляє невідомі властивості інформації. У зв'язку з цим соціокультурну комунікацію можна вважати атрибутом «інформаційного суспільства».

Розгорнутий у нашому дослідженні термін «соціокультурна комунікація», що характеризує процеси суттєвої трансформації сучасної соціокультурної реальності, спонукав нас виступити в ролі опонентів популярної в свій час теорії спілкування М. Кагана.

Значне підвищення ролі комунікації в суспільстві дає підстави для спростування тези М. Петрова про нейтральність джерела повідомлення до його змісту. Формально вчений правий, але реально комунікації в сучасному світі дано набагато більше, ніж звичайна механічна передача інформації на об'єкт. У суспільстві, де загроза

самознищення набула небувалої раніше гостроти, неухильно зростає увага до змістовного наповнення комунікаційних потоків, розробляються механізми диференціації суспільно корисної й суспільно небезпечної інформації та принципи (в т.ч. моральні) блокування останньої.

Таким чином, спостерігається тенденція не розмежування, а зближення понять “спілкування” й “комунікація”, хоча їх спільні й відмінні риси все ще розрізняються. Спільними є їх співвіднесення з процесами обміну й передачі інформації та зв’язок із мовою як засобом передачі інформації. Відмінні риси обумовлені висуненням на перший план різних аспектів цих понять у різних науках. Будемо дотримуватися думки, що за спілкуванням, в основному, закріплюються характеристики міжособистісної взаємодії, а за комунікацією – додаткове значення інформаційного обміну в суспільстві. У цьому зв’язку спілкування являє собою соціально обумовлений процес обміну думками й почуттями між людьми в різних сферах їхньої пізнавально-трудової та творчої діяльності, що реалізується, в основному, за допомогою вербальних засобів комунікації. На відміну від спілкування, комунікація – це соціально обумовлений процес передачі та сприйняття інформації як у міжособистісному, так і в масовому спілкуванні через використання різних каналів за допомогою різноманітних вербальних і невербальних комунікативних засобів<sup>1</sup>.

Що стосується поняття “діалог”, то в повсякденному житті це поняття також використовується як синонім комунікації. У перекладі з грецької цей термін означає «розмову між двома або декількома особами» [18; с.98]. Розрізняють діалог у широкому значенні як діяльність, що відтворюється згідно з суспільними нормами, та діалог у вузькому або точному смислі, що є унікальною й неповторною реалізацією «мислєдіяльності» (термін Г. Щедровицького). Справжнім діалогом є саме другий тип; перший же – це широко розповсюджений спосіб спілкування, який можна кваліфікувати як «обмін монологами». При цьому, згідно з М. Бахтіним, окреме висловлювання трактується як механічна реакція, а діалог – як «низка реакцій». Формально обмін монологами не відрізняється від діалогу, але їхня подібність, по суті, обмежується спільністю зовнішньої форми, адже, на відміну від висловлювання в діалозі, за М. Бахтіним, монолог уявляється як «мова, нікому не адресована й така, що не передбачає відповіді».

Перша, за своєю суттю кооперативна форма організації передбачає обмін готовими продуктами інтелектуальної роботи; друга, комунікативна, навпаки, орієнтована на активізацію мислення «тут і зараз». У цьому розумінні діалог наслідує класичну сократичну традицію, згідно з якою думки не привносяться в діалог ззовні, не знаходяться «в головах» співрозмовників, а породжуються в діалозі, є продуктом не окремо взятого інтелекту, а результатом комунікації, яка сприяє розвитку колективної діяльності її учасників. Представник празької школи Ян Мукаржовський, ро-

<sup>1</sup>У цьому висновку ми спиралися на положення, викладені в роботі [11].

зуміючи під діалогом зміну структурних точок зору, звертає увагу на композиційну роль діалогу. У цьому сенсі Мукаржовський, вслід за М. Бахтіним, стверджує, що текст може мати характер монологу, навіть будучи формально поділений між кількома персонажами або, навпаки, бути фактично діалогом, незважаючи на зовнішню належність одній особі. Аналізуючи сценічне висловлювання в авангардному театрі, дослідник робить висновок, що «в тих місцях, де мовне висловлювання в діалозі переривається, сценічна мова вступає на сцені в контакт із рештою елементів сценічного твору», а саме: жестом, рухом, світлом, музикою, кіно та іншими, кожен з яких є ні головним, ані підлеглим стосовно інших і набуває значення композиційного принципу [19; с.358].

Отже, діалог – це форма підготовки до спілкування, техніка виходу людей – через договір, зобов'язання, настрої – до спілкування, до його можливості та ймовірності. Діалог є комунікативною технікою чергування голосів, комбінування різних композиційних принципів. Діалог встановлює той ступінь емоційно-ціннісної нейтральності Чужого (культури, людини тощо), коли вороже позиціонування змінюється зустрічними зусиллями розуміння й довіри, а з іншого боку, зберігається неповторна унікальність опонента, наприклад, повага до його позиції й можливості власного вибору, в тому числі й переходу до спілкування.

### **Філософські концепції комунікації М. Бахтіна, К. Ясперса, М. Бубера, Ю. Габермаса, Г. Щедровицького та ін.**

Поняття спілкування, діалогу та комунікації по-різному співвідносяться в концепціях провідних філософів ХХ сторіччя. Для того, щоб зрозуміти сутність, природу і справжні смисли комунікації, необхідно розглянути феномен комунікації з різних методологічних позицій.

Зокрема, для М. Бахтіна процеси інформаційного обміну, тобто комунікації, яка здійснюється завдяки особистісним «каналам» і регулятивним психологічним можливостям індивідуальної людської свідомості, завжди є діалогічним. Розуміючи під діалогом обмін смислами, «подолання сторонності чужого без перетворення на своє» та вбачаючи сенс людського буття в діалогічних відносинах, М.Бахтін створює концепцію, в якій поняття діалогу та комунікації мають тотожні значення, тому її можна було б умовно назвати концепцією *діалогічної комунікації*. За М. Бахтіним, людське існування просякнуте стихією діалогічності; діалогічними за своєю природою є будь-які емоції, дії, вчинки, висловлювання, «діалогічні рубежі перетинають все поле живого людського мислення» [20; с.316]. У цих словах – ідея про універсальність діалогічних відносин у людському житті. Під діалогічними відносинами М. Бахтін розумів явище більш складне, різноманітне й широкі, ніж відносини між репліками реального побутового діалогу – широко розповсюдженого способу спілкування, який можна охарактеризувати, як «обмін монологами». Формально обмін монологами не відрізняється від діалогу, однак, на відміну від висловлювання в діа-

лозі, що є ланцюгом реакцій, монолог уявляється М. Бахтіну як «висловлювання, яке нікому не адресоване й не передбачає відповіді» [20; с.313]. Учений також звертає увагу на «двоголосість», «двоюку направленість» слова в діалозі: і на предмет висловлювання, як у звичайного слова, й на інше слово, на чуже висловлювання. Поява у слова «другого голосу» пов'язується М. Бахтіним з обов'язковим висловленням авторської позиції, що неодмінно присутня в діалозі й не є обов'язковою в монолозі. М. Бахтіну належить і думка про наявність у діалозі (крім автора та адресата) третього партнера – незримо присутнього «вищого наддресата», чие «абсолютно справедливе розуміння ... передбачається або в метафізичній далечині, або в далекому історичному часі» [20; с.323]. Розмірковуючи над проблемою діалогічних відносин, М. Бахтін бачив і пряму аналогію вчинка з текстом: «Людський вчинок є потенціальний текст і може бути зрозумілим (як людський вчинок, а не фізична дія) тільки в діалогічному контексті свого часу» [20; с.302]. Саме ці обставини стоять за тезою М. Бахтіна про універсальність діалогічних відносин, які перетинають усе поле живого людського мислення, пронизують і людську мову, й усі відносини й вияви людського життя, і взагалі все, що має смисл і значення.

Дослідження складної, «багатоособистісної» природи людини з наявними в її свідомості внутрішнім «Я» та певної кількості масок і ролей, орієнтованих на значимих для нас Інших, привели вченого до думки, що будь-які роздуми – це діалог наших «субособистостей», а будь-яка ідея інтеріндивідуальна та інтерсуб'єктивна й живе не в межах замкненої індивідуально-атомарної свідомості, а в просторі комунікації між свідомостями та особистостями [21]. Формами діалогу (діалогічної комунікації), за М. Бахтіним, є: 1) діалог із традицією культури в цілому, з общиною, «авторитетом» (діалог згоди); 2) міжособистісний (міжавторський) діалог, який припускає можливість зустрічних міркувань, чекає або навіть провокує їх (діалог суперечностей); 3) міжіндивідуальний діалог, заснований на граничному звуженні, «закритості» точок зору обох учасників, що створює рух смислового розходження – віддалення один від одного аж до неможливості бути почутим, незважаючи на гучність, яскраву демонстративність висловлювань (діалог глухих); 4) міжобщинний (міжкультурний, міжавторитетний) діалог, що може бути репрезентований як міжособистісний у випадку анонімності особистості (діалог мовчання або «діалог мертвих»).

Оригінальна авторська концепція діалогу та діалогічної комунікації М. Бахтіна, що виникла на початку ХХ століття, продовжує осмислюватися і розвиватися різними галузями гуманітарного знання<sup>2</sup>. Це свідчить про перспективність і далекоглядність ідей російського вченого, величезний науковий потенціал його теорії діалогу і комунікації.

Для **К. Ясперса** істинне розуміння комунікації можливе на екзистенціальному

<sup>2</sup>В Україні навіть з'явилася окрема галузь музикознавства – «музична бахтінологія». Див.: Самойленко А. Музыкаведение и методология гуманитарного знания. Проблема диалога: Монография. – Одесса: Астропринт, 2002. – 244 с.



рівні, який дозволяє людині прорватися до усвідомлення свого буття у світі і смислу історії. Екзистенціальний рівень – це рівень роздумів про призначення комунікації, що випливає з глибин віри і волі розуму. Це справжня присутність у комунікації без артикуляції, мотивації, установки. Екзистенціальний рівень комунікації відкриває глибину універсуму людини та його історичного буття, витоки ноуменального світу, який зберігається в підсвідомості людини та осяює її інтуїцію. Цей рівень відкриває взаємозв'язок людського буття з історичним. К. Ясперс ототожнював спілкування й комунікацію, вбачаючи в останній сенс людського існування. К. Ясперс розробив *метод екзистенціальної комунікації*, розрізнивши рівні людського “Я”: *емпіричне “Я”* – тотожне тілу, пронизане інстинктом самозбереження, потягом до задоволення. На цьому рівні комунікація пов'язана з униканням страждань, використанням інших людей як засобів; *свідомість взагалі*, пов'язана з розумовим “Я” – носієм знань і соціальних уявлень, норм і теорій. Тут комунікація – це обмін думками за умови рівності всіх перед законом; *“Я” на рівні духу* – усвідомлення себе особливим, частиною суспільного цілого – етносу, народу, нації, держави, людства, де комунікація частини й цілого – суть “Я”, а служіння цілому робить людину соціальною істотою. Я-біологічне, Я-розумове та Я-соціальне доповнюється у К. Ясперса *Я-екзистенціальним*, яке не піддається науково-теоретичному дослідженню. Екзистенціальна комунікація, вибудована на взаємообмеженнях і любові – це вищий тип комунікації, що збігається зі спілкуванням. Цей тип ґрунтується на почутті смертності людини, її зв'язку з іншими, усвідомленні обмеженості досвіду – на всьому тому, що задає кінцевість екзистенції як передумови її історичності, тобто існування людини в певній ситуації. Однократні ситуації, що переживаються людьми в їх смисловій дійсності, як-от: смерть, страждання, боротьба, вина, відповідальність – підкреслюють унікальність екзистенції кожного з нас, живлячи філософську віру – те спільне, що об'єднує людей в їх рівності в незнанні. За К. Ясперсом, ті, хто знають про своє незнання, якраз і здатні до справжньої комунікації, тоді як претенденти на істину – ні [22].

*Діалогічний персоналізм* М. Бубера ототожнює спілкування з діалогом. Центральна ідея філософії М. Бубера – буття як діалог між Богом і людиною, людиною і світом. Вихідна тема «Я» і «Ти», тобто проблема людських стосунків, поглиблюється за рахунок проникнення, вживання в світ «іншого». На думку М. Бубера, людина не може нічого сказати про себе, не співвіднівши себе з «іншим». Відкриттям філософа є ідея абсолютної рівнозначності «Я» і «Ти», до якої в різні часи наближалися І.-В. Гете, М. Бахтін та інші мислителі. Однак, саме М. Буберу вдалося розробити уявлення про «зустріч», «діалог» найбільш ґрунтовно. Розглядаючи відносини в комунікативній системі «Я – Ти» як універсальні й значущі не лише для живих істот, але й при зустрічі з іншими істотами й речами, М. Бубер називає три найважливіші сфери, в яких реалізується зв'язок між «Я» і «Ти». Це життя з природою, з людьми і спілкування з духовними сферами. Втім, до природи, людей і до Бога можна ставитися як до речей – «Воно», «Вони», «Ці» і т.ін., оскільки речі й об'єкти надійні та

існують у теперішньому часі. Людина не може жити без «Воно», але той, хто живе тільки з «Воно» – не людина. Зустрічаючи «Ти», кожний з нас проживає теперішнє, недовговічність якого й загроза перетворення на «Воно» примушує нас прагнути до вічного «Ти», до Бога. Бог містить у собі Всесвіт, але не є ним; Бог включає в Себе наші «Я», але не є ними. Тому Бог – це дар і Одкровення, покладання місії на людину, можливість зрозуміти своє покликання. Світове «Ти» є Бог, і лише якщо людина здатна постати перед Божим «Ти», вона здатна возлюбити «Ти» тварних істот. Інакше людські відносини деградують до рівня «Я – Воно», тобто до поводження з людиною як об'єктом маніпулювання, засобом досягнення цілей, і здатні підвищитися до рівня «Я – Ти» лише в рідкісних випадках сильної любові або ідеальної дружби, коли в зустріч людини з людиною втягнута вся повнота їх існування. При цьому діалог, який встановлює словесну чи безсловесну відкритість нашого «Я» перед «Ти», збігається зі спілкуванням. Справжній діалог, за М. Бубером, передбачає усвідомлення знаковості Іншого, спільне «Ми», буття «Між» [23].

Рівень, на якому людина свідомо діє в комунікації, відноситься до дискурсу: теоретичного і практичного. Будь-який дискурс, будучи методом розкриття реальності на основі розумового, обґрунтованого попередніми міркуваннями досвіду, є, в той же час, комунікацією, зверненою до інших. Попередній досвід, на якому будується дискурс, дозволяє відкривати коди попередніх повідомлень і на їх основі робити наступний крок. Ю. Габермас розрізняє комунікативну дію й комунікативний дискурс. Комунікативна дія відбувається щоденно. Дискурс – це така форма комунікації, яка виведена за межі контексту досвіду й дії і структура якої переконує нас, що рекомендації, попередження і твердження є ексклюзивними об'єктами дискусії; також, що її учасники і теми майже нічим не обмежені; що не застосовується ніяка інша сила, крім ще кращого аргументу, і що будь-які мотиви, за винятком сумісного прагнення до істини, виключені. Підґрунтям філософування у Ю. Габермаса виступають раціональні дискусії вільної громадськості, яка виробляє критерії раціональності і захищає їх як певну традицію, що сприяє виживанню. Це такий розум, який виступає формою життя. Тому стосовно нього абстрактні критичні аргументи є недоречними. Вимоги цієї раціональності перформативні, вони означають обіцянку та дію. При цьому раціональним оголошується очевидне – здоров'я, комфорт, задоволення потреб, тобто такі норми і правила поведінки, дотримання яких дозволить людині уникнути бідності, хвороб, безумства тощо.

У роботі *«Наука і техніка як ідеологія»* Ю. Габермас ставить питання щодо протиріччя між свободою та необхідністю, а також щодо примирення технічної доцільності та економічних можливостей з моральними вимогами. Полем такого примирення виступає комунікація. Комунікація як діяльність, опосередкована символами, спирається на строгі норми, які визнаються співтовариством людей, що живуть разом та спілкуються між собою. Метафізичне протиріччя свободи та необхідності набуло в сучасному суспільстві наступної конкретної форми: в інституті суспільства, що раніше встановлювалися на основі опосередкованої мови вза-

сморді, проникли «підсистеми» економічної та державної машин, які грали допоміжну роль. Оскільки вони стали автономними, то соціальні рішення приймаються, виходячи з інтересів техніко-економіко-адміністративних інститутів, а не людей, котрі живуть разом. Таким чином, соціальне та раціональне зростаються. Виважені рішення про межі раціональності, яка поки що однією стороною обернена до технічної, а іншою – до соціальної організації, можуть бути знайдені лише у відкритих дискусіях вільної громадськості. «Комунікація, в якій би був реставрований її політичний характер, - ось єдине середовище, в якому можливе те, що заслуговує імені «раціоналізація» [24; с.68].

Для реалізації своїх програмних ідей Ю. Габермас розробив *теорію комунікативної дії*, яка, на його думку, доповнює класичні теорії, що спираються на такі типи абсолютної дії, як влада, праця, мова. «Комунікативними я називаю такі інтеракції, в яких їхні учасники узгоджують і координують плани своїх дій; при цьому досягнута в тому чи іншому випадку згода вимірюється інтерсуб'єктивним визнанням претензій на значимість» [25; с.91]. Згідно з концепцією комунікативної дії Ю. Габермаса, комунікація орієнтована на досягнення, збереження чи оновлення консенсусу як основного фактора солідарності й стабільності суспільства. Соціальні процеси (процеси інтеграції, соціалізації, інституалізації) протікають у проінтерпретованому культурно-комунікативному середовищі. Кожна дія індивіда в суспільстві супроводжується зіставленням смислів, що виникають, і тих, що вже зафіксовані в культурі. Відповідно до трактування дії через розуміння Ю. Габермас визначає поняття культури, суспільства, особистості. Культурою він називає запас знання, з якого учасники інтеракції, прагнучи досягти розуміння відносно чогось у світі, черпають інтерпретації. Суспільство, за Ю. Габермасом, – це легітимні порядки, через які учасники комунікації встановлюють свою приналежність до соціальних груп і тим самим забезпечують солідарність. Під особистістю вчений розуміє компетенції, що роблять суб'єкта здатним до володіння мовою й до дії, тобто дозволяють йому брати участь у досягненні розуміння й тим самим утверджувати свою ідентичність [111]. При цьому виникають претензії на істинність, правильність і правдивість згідно з тим, посилаються учасники комунікації на стан справ в об'єктивному світі, на соціальні норми чи на власне почуття справедливості. «Комунікативна дія» спирається на такі символічні (мовні або позамовні) акти, за допомогою яких суб'єкт може розуміти й контролювати дії оточуючих його людей. З одного боку, комунікативна дія спрямована на повідомлення, з іншого – на переговори: мовне повідомлення досягає своєї мети, якщо приймається іншими членами мовного співтовариства. При цьому, з точки зору діяльнісного підходу, важливим є не стільки зміст, скільки форма, завдяки якій здійснюється досягнення консенсусу. Розуміння буде досягнуто, якщо слухач сприймає повідомлення і може відповісти «так» або «ні». Однак, розуміння невірно обмежувати суто мовним актом, оскільки мета спілкування лежить поза мовою. У такому випадку його можна визначити як частину соціальної дії.

Проте Ю. Габермаса рішуче заперечує проти цього. Розуміння – це не самі дії, а їх координація. Соціологів, таким чином, розуміння цікавить настільки, наскільки воно сприяє кооперації дій. Очевидно, соціальний процес не зводиться лише до розуміння, у своїх цілях він явно скеровується ринком. Компетентні рішення приймаються підприємцями на основі економічних норм. Право й закони ринкового обміну утворюють інституціональні рамки стратегічних дій підприємців. Однак, ці дії, орієнтовані на економічний успіх, також пов'язані з необхідністю розуміння, тому соціальна дія виявляється одночасно комунікативною. Теорія комунікативної дії бачить своє завдання в поєднанні економічної й морально-історичної дії шляхом організації громадської критичної рефлексії з приводу стратегічних рішень. Якщо в герменевтиці розуміння задається онтологічно, то в соціології воно повинно спиратися на консенсус людей, що живуть спільно.

Комунікативна дія як символічно опосередкована інтеракція, по-перше, задає систему відліку для описання й розуміння того, що відбувається, для конституювання його як предмета пізнання, по-друге, комунікативна дія – це конкретно-історичний процес виробництва соціальної реальності. Критична рефлексія, включена в комунікативну дію, вивільняє герменевтику від блокування викривленої, зруйнованої онтології, орієнтує дослідника на вивільнення особистості й соціуму від перешкод комунікації. Цей рефлексивний досвід і виступає як емансипуюча практика, яка орієнтує не тільки на усвідомлення передумов розуміння, але й, насамперед, на розкриття систематичних розривів комунікації. Її орієнтаційне значення полягає в спрямованості на дію, реконструкцію дотеоретичного знання, на яке спирається суб'єкт, котрий говорить і діє, а також на реконструкцію правил, через посередництво яких досягається мовна компетентність. Незважаючи на свої універсальні претензії, теорія комунікативної дії пов'язана з практичним процесом комунікації громадськості, включно з рефлексією й критикою самих підвалин комунікації. Комунікативна дія отримує найбільш ефективне вираження в дискурсі. Дискурс Ю. Габермаса – це дискурс побудови нових кодів і систем знаків на раціональній основі, який може бути “запущений” у глобальний інформаційний універсум в якості символічної, але одночасно когнітивістськи орієнтованої структури, що стане протидією іншій символічній структурі – владного насилля. Етика дискурсу Ю. Габермаса акцентує комунікацію як аргументоване питання, звернене до дії та практичного смислу. У свою чергу, практичний смисл знаходить своє виявлення в інтерактивних цілераціональних взаємодіях, що структурують соціум на принципах взаємної довіри й партнерства всупереч інстинкту ринку, який орієнтує на особисте виживання та приватний інтерес.

Таким чином, дискурс виступає засобом соціалізації, освіти та виховання, завдяки йому відбувається навчання, підвищення компетентності та інтерсуб'єктивності. По-друге, дискурс як форма комунікації втягує людей у відносини визнання, в ході яких висловлювання іншого розуміються, рефлексуються, інтерпретуються, критикуються, уточнюються й, нарешті, приймаються або відкидаються. На думку

Ю. Габермаса, «згідно з етикою дискурсу, та чи інша норма лише в тому випадку може претендувати на значимість, якщо всі, до кого вона має відношення, як учасники практичного дискурсу досягають (або могли б досягнути згоди в тому, що ця норма має силу)» [25; с.101]. По-третє, дискурс змушує висловлювати власні думки від першої особи, які, в свою чергу, піддаються ретельній критиці та перевірці. По-четверте, дискурс сприяє досягненню консенсусу на основі відкритості. Термін «дискурс», що буквально перекладається як «міркування», у Ю. Габермаса означає певну здатність вільної громадськості обговорювати – рефлексувати, реконструювати, критикувати передумови соціального буття. Дискурс громадськості – своєрідний засіб емансипації від тиску технологічної структури, яка, ставши надзвичайно ускладненою, автономізувалася, вийшла з-під контролю людей. На думку Ю. Габермаса, символічний капітал суспільства сьогодні виробляється інтелектуалами і циркулює за посередництвом дискурсу. Наука і техніка, а також соціальна машинерія – бюрократичний апарат, задумані як засоби поліпшення життя, перетворилися на самоціль і тепер самі диктують плани соціального розвитку. Сьогодні наука блокується державою, яка бере на себе вирішення питання про застосування її відкриттів. Навпаки, дискурс громадськості спрямований на питання щодо практичного використання науки. Він відкриває можливість необмеженої комунікації, дискусії, в ході якої досягається консенсус. Це не просто діалог, а форма колективної рефлексії й реконструкція проблематичних припущень, які виявляються, обговорюються і таким чином приймаються або відхиляються в процесі аргументативної діяльності.

Ю. Габермас вважає, що головним чинником соціальної еволюції є протиріччя між соціальною організацією та соціальною інтеграцією суспільства. Посилення організації призводить до послаблення інтеграції. Соціальна інтеграція досягається на комунікативному рівні, який в силу цього виявляється базовим і випереджуваним відносно процесів соціального управління. Саме тому Ю. Габермас робить висновок щодо необхідності реалізації комунікативної дії на рівні стратегічного управління суспільством, яке забезпечується ідеологією. Відмова від ідеології на користь комунікації створить, на думку Ю. Габермаса, нові форми соціального управління. Отже, соціальним технологіям, що спираються на цілераціональні критерії, Ю. Габермас протиставив комунікацію й дискурс вільної громадськості, в ході якого відбувається виявлення й подолання застарілих передумов соціальної життєдіяльності. Розглядаючи комунікацію як духовний процес, Ю. Габермас протиставляє її ідеології, яку він кваліфікує не тільки як ілюзорну, а й як викривлену форму інтеграції. Перевага комунікації над ідеологією полягає в тому, що вона включає в себе процедури рефлексії, що знімає викривлення, та реконструкції, яка покликана розкрити реальні (як правило, соціальні) причини змушення в діалозі. Головними критеріями комунікації Ю. Габермас вважає зрозумілість, правильність та істинність, а найважливішою властивістю комунікації – моральне визнання. Звідси виникає завдання доповнити цілераціональну діяльність моральними нормами, яку Ю. Габермас ставить у своїй роботі «Моральна свідомість і комунікативна дія». Таким чином, *теорія комуніка-*

**тивної раціональності** Ю. Габермаса ґрунтується на принципі ідеальної комунікативної спільноти, умовами якої є права людини й симетричні стосунки в комунікації. Комунікація всередині спільноти, об'єднаної цінностями, що визнаються всіма, повинна здійснюватися за єдиними правилами. Прототипом такої ідеальної комунікативної спільноти в сучасному світі, за Ю. Габермасом, є демократичне суспільство, яке прагне до суспільної справедливості, підконтрольності влади народові і визнає пріоритет прав людини й загальнокультурних цінностей.

Якщо Ю. Габермас говорить про комунікативну діяльність, то **Г. Щедровицький** – про «мислекомуникацію в системі миследіяльності». **Концепція «миследіяльності»** Г. Щедровицького є першим і поки що єдиним досвідом структуризації «інтелектуальної роботи», де серед іншого виділяються сфери мислення, комунікації та дій. Під комунікацією Г. Щедровицький розумів різноспрямовані процеси поведінки людей: з одного боку, їх об'єднання для спільної діяльності, з іншого – розділення (подрібнення) людської діяльності на окремі підсистеми (наприклад, індивідуальну діяльність). Комунікація, за Г. Щедровицьким, змістовна відносно своїх предметів, адже предмети, що існують для нас у розмові, існують і в просторі нашої діяльності. Комунікація переконлива відносно культурного мислення, де рефлексивно визначаються норми аргументації. Комунікація ведеться з приводу предметів на підставі думок, адже стрижневим компонентом системи миследіяльності Г. Щедровицького, сферою смислоутворення та смисловизначення виступає «мислекомуникація» [26; с.133, 287] або діалог у вузькому значенні. Г. Щедровицький включає поняття комунікації в предметне поле дослідження складних і багатоманітних інтелектуальних процесів, стверджуючи, що інтелект не тільки виявляється й виражається в комунікації, але й створюється комунікацією [27]. Джерелом і соціальним підґрунтям цього було те, що інтелектуальні процеси завжди здійснювалися в умовах діяльності певної соціокультурної спільноти, а часто також в умовах колективної або групової дії. Система розподілу праці в зафіксованих нею соціокультурних та організаційних формах реально перетворювала здійснення цих процесів у жорстко відокремлені дії окремих індивідів, для яких тексти комунікації ставали дійсністю особливого роду, а представлений в них світ підлягав спеціальному мисленнєвому аналізу, тобто міг бути розкритий у процесі мислекомуникації. Здійснивши аналіз інтелектуальних процесів у Московському методологічному гуртку в історичній ретроспективі 50-70-х років ХХ ст., Г. Щедровицький робить висновок, що «... інтелектуальна діяльність як ідеальний об'єкт повинна вводитися і задаватися у вигляді групової діяльності, організованої в єдине ціле структурами комунікації; комунікація може розглядатися або у вигляді внутрішніх зв'язків і структур у загальній груповій діяльності, або у вигляді зовнішньої структури для інтелектуальних процесів, що здійснюються окремими членами групи, але в обох випадках вона буде найважливішим системоутворюючим чинником колективної інтелектуальної роботи» [27; с.183].

Наприкінці 70-х – початку 80-х років Г. Щедровицький переглядає всю свою

теорію діяльності з огляду на нову потужну наукову течію, пов'язану з розробкою проблем *рефлексії*. В основі *теорії рефлексії мислення* Г. Щедровицького лежить ідея елітарності мислення, його недоступності всім без винятку. Згідно з Г. Щедровицьким, мислення й діяльність принципово «безлюдні», позбавлені свідомості та всіх пов'язаних із свідомістю реальностей: емоцій, почуттів, пристрастей, озарінь і пророцтв. Людина може увійти в простір мислення й простір діяльності, але це для неї необов'язково. Більше того, вступаючи в мислення й діяльність, людина завжди опиняється на периферії того й іншого, будучи, в масштабі часу та організованості, лише периферійним елементом. Елітність перебування в діяльності й мисленні визначається не тривалістю цього перебування і навіть не центральністю положення, а захопленням людиною плацдармом мислення й діяльності. У цьому сенсі поле діяльності, мислення й рефлексія мислення безпечні і надають можливість свавілля, що робить суб'єкта непередбачуваним ні в мисленні, ні в рефлексії з приводу цього мислення. Рефлексивне управління в цьому випадку перестає бути управлінням і перетворюється на мистецтво жонглювання та маніпуляцій. За Г. Щедровицьким, рефлексія мислення є «мислення мислення», потік мислення. Мислення без «мислення мислення» не існує і перетворює мислення на «думання», безплідні потоки думки. Теорія рефлексії мислення Г. Щедровицького розвинулася в практику, досить успішну у вирішенні багатьох інтелектуальних і комунікативних завдань. Проте, у Г. Щедровицького були й опоненти, котрі розвивали прогилежну теорію – рефлексії свідомості. Її основи коріняться в самому понятті рефлексії, що означає «повертати свідомість на самого себе, розмірковувати над своїм психічним станом». Передвісниками теорії рефлексії свідомості були філософи різних часів, котрі вкладали в поняття рефлексії різний зміст.

Так, для Локка рефлексія була джерелом особливого знання, коли спостереження направляється на внутрішні дії свідомості (тоді як відчуття має своїм предметом зовнішні імпульси). Для Лейбніца рефлексія не що інше, як увага до того, що в нас відбувається. За Юмом, ідеї – це рефлексія над враженнями, які отримуються ззовні. Для Гегеля рефлексія є взаємне відображення одного в іншому, наприклад, явища – в сутності. На появу рефлексії свідомості вплинули також ідеї І. Канта, Ф. Достоєвського, Ф. Ніцше та інших мислителів. У сучасній науковій літературі виділяють окремі акти рефлексії, серед яких найбільш поширеними є самосприйняття, самоспостереження, самоаналіз, самовідношення, самоусвідомлення тощо. Зміст цих процесів розкриває механізми автокомунікації – рефлексивного переосмислення суб'єктом свого особистісного досвіду. У цьому розумінні рефлексія виступає універсальним способом саморегуляції, що передбачає готовність людини жити в світі комунікації, який постійно змінюється, оновлюється й трансформується, й змінювати себе та свої дії відповідно до цього.

Автором оригінальної *теорії рефлексії свідомості* був математик **В. Лефевр** – один із членів Московського методологічного гуртка, котрий в 60-х роках залишив це співтовариство й продовжив розробку проблем рефлексії самотійно. За

В. Лефевром, рефлексія свідомості притаманна будь-якому суб'єкту і в цьому плані тотальна для всього людства. Рефлексія доступна й притаманна будь-якій свідомій істоті чи носію свідомості. По суті, рефлексія свідомості є синонімом совісті<sup>3</sup>. За Лефевром, свідомість завжди егоцентрична: вона виштовхує людину в центр світотворення й примушує взяти на себе, в межах морального імперативу, всю повноту відповідальності за цей світ. Усезагальність свідомості і рефлексії дозволяє говорити про можливість точного описання рефлексивних переживань і переживань совісті людиною й, відповідно, про можливість рефлексивного управління. Введення всередину себе певної етичної універсалиї – це визнання сумісності знання людини з певним абсолютним носієм добра і зла, діалогічності і совісті, і свідомості. Згідно з теорією Лефевра, нічого іншого в свідомості, крім етичного підґрунтя вчинків і прийняття рішень, не рефлектується й рефлексії не піддається. І в цьому сенсі свідомість і совість прості та примітивні до убогості і повної математизації. Таким чином, на відміну від рефлексії мислення, рефлексія свідомості в силу можливості її математичного описання є принципово придатною для технологізації. Це означає, що вона може бути масово репродукована, якщо на те з'явиться попит (наприклад, у галузі виховання та освіти) [28].

Звернення до проблем рефлексії в контексті дослідження комунікаційних процесів не є випадковим: поняття рефлексії і комунікації «природно співвідносяться як внутрішнє і зовнішнє: можна сказати, що рефлексія – це внутрішня комунікація (автокомунікація), а комунікація – це зовнішня рефлексія. Та цілісна процедура, зовнішнім проявом якої є комунікація, а внутрішнім – рефлексія, належить до класу аналітично орієнтованих процедур, оскільки і комунікація, і рефлексія спочатку іменують, розмножують смислові цілісності і лише на другому крузі – і на своїй структурній основі – відтворюють їх заново» [29].

Американський соціолог і філософ Дж.Г. Мід розумів під комунікацією інтеракцію – обмін символами. Звідси й назва започаткованого ним напряму досліджень – *“символічний інтеракціонізм”*. На думку вченого, саме в процесах міжіндивідуальної взаємодії в групі формується як індивід з його свідомістю, так і суспільство в цілому. Мід бачить в акті комунікації не лише обмін готовою інформацією<sup>4</sup>, а й уявний діалог “Я” та “іншого”, полеміку установок, позицій, схем діяльності, проєктів та цінностей. Аналіз інтеракцій Мід починає з аналізу жестів. Жест – це індивідуальна дія, начало й відправна точка взаємодії, оскільки вказує на щось, що має символічний смисл. У свідомості того, хто робить жест, і в свідомості того, хто на цей жест реагує, є символічне уявлення, пов'язане зі словом, яке дозволяє обмінюватися смислами. Тому жива людська мова, а не лише “мова” в лінгвістичному розумінні, розглядається Дж. Мідом як основоположний фактор свідомості. Для розуміння життя особистості і групи необхідно зрозуміти світ смислів і значень, реле-

<sup>3</sup>В англійській мові поняття “свідомість” і “совість” позначені одним словом – conscience.

<sup>4</sup>Такий прикладний підхід широко розповсюджений в сучасній теорії комунікації.



вантних для них. Отже, міжособистісні й масові комунікації як чинники формування ставлення людей до себе, соціальної реальності та інших людей, обумовлюються певними значеннями та символами. Вказавши на символічну знакову форму комунікації, Мід не забуває й про її змістовне підґрунтя – діяльність. Комунікація, підкреслює філософ, являє собою перетворену, скорочену й символічно представлену форму діяльності, зашифрований у символах соціальний акт. Жест, слово, символ комунікації у Міда ніколи не втрачають свого зв'язку з дією, оскільки мають своєю субстанцією реальні відносини людей в акті діяльності або те, що можна назвати “соціальним процесом” [30].

Запропоноване Дж.Г. Мідом трактування комунікації з опорою на категорію діяльності та її модифікацію – взаємодію (інтерацію) виявилось найбільш актуальним і впливовим у філософській думці ХХ століття. Інтераціоністський підхід до проблеми комунікації став визначальним для багатьох інших дослідників, котрі в своїх концепціях і теоріях ставлять на перший план аспект взаємовідносин між комунікантами.

Так, сучасний американський вчений **П. Вацлавик** зосереджує увагу на важливості того, в якому ракурсі повідомлення повинно бути зрозуміло його одержувачем. У певному сенсі, повідомлення є виразником особистої позиції відправника, отже, воно й визначає, якими його відправник бачить відносини між собою та одержувачем. Інтераціоністський підхід розвивають німецькі дослідники, виходячи на доволі широкі, узагальнюючі визначення поняття комунікації. **Х. Коттхофф** вважає, що “комунікація – це завжди більше, ніж обмін інформацією. У розмовах завжди присутня конкурентна боротьба за особистий імідж, встановлення певного типу взаємин, ситуативну ідентичність”. На думку **Ф. Хінненкампа**, комунікація охоплює “все..., що будь-яким чином ставить людей певної спільноти у відношення один до одного – будь-який різновид здійсненого соціального контакту, обміну товарами, інформаційного зв'язку та особистого спілкування”. Аналогічну дефініцію пропонує й **В. Кеніг**, котрий включає в поняття комунікації “транспортне сполучення” й “соціальну мобільність”, а також усі фактори, “які призводять до того, що люди зустрічаються й можуть вступати в контакт один з одним”<sup>5</sup>.

У наведених висловлюваннях простежується спільна риса, що є дуже важливою для сучасного розуміння поняття комунікації: об'єднуючою тут виступає категорія контакту. Проте, ця категорія не відразу була усвідомлена як органічна складова процесу комунікації, адже поняття комунікації пройшло в суспільній свідомості складну довготривалу еволюцію.

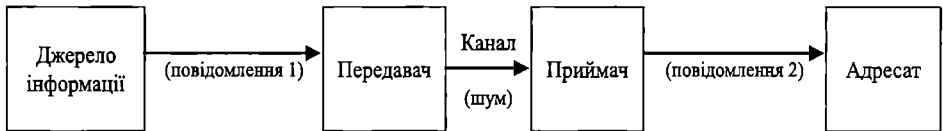
---

<sup>5</sup>Такий прикладний підхід широко розповсюджений в сучасній теорії комунікації.

## Інформаційно-технічний та лінгвістичний підходи до комунікації

Основи багатьох сучасних концепцій комунікації були закладені відразу після Другої світової війни, коли був розроблений *інформаційно-технічний підхід* до комунікації, в рамках якого терміни “комунікація” і “теорія комунікації” вперше застосовуються відносно засобів масової інформації. Розробниками цього напрямку виступили математики і фахівці в сфері техніки зв’язку, яких цікавив не вплив засобів масової інформації, а оптимальне інформаційно-технічне використання комунікаційних каналів, якими повідомлення доставляють адресату. К. Шеннон та У. Вівер [31] запропонували математичну теорію, що дозволяла розрахувати максимальну пропускну здатність каналу зв’язку. У моделі К. Шеннона 5 основних компонентів – *джерело повідомлень, передавач, канал зв’язку, приймач і одержувач*. Повідомлення послідовно проходить кожну з цих ланок і, за відсутності збоїв у роботі проміжних ступенів, здійснюється успішна комунікація.

Схема 1.1



Це так звана кодова або інформаційна модель комунікації. Головні припущення цієї моделі: 1) мета комунікаційного процесу – в тому, щоб мінімізувати різницю між “повідомленням-1” та “повідомленням-2”; 2) “адресат” пасивно сприймає надіслане йому повідомлення.

Однак, володіння кодом саме по собі може забезпечити успішну комунікацію лише за умови повної тотожності смислів повідомлення: того, що вкладається відправником, тому, що сприймає адресат. Таким чином, кодово-інформаційна модель комунікації не надає значення інтерпретації повідомлення комунікантами і не враховує цілей спілкування.

Спробу вирішити ці проблеми було здійснено при розробці *лінгвістичного підходу* до комунікації, що виник у літературо- і мовознавчому середовищі в 70-і роки. Саме тоді в мовознавстві відбувся поступовий перехід від структуралізму, головний предмет якого складала “мова як система”, до функціонального, прагматичного і комунікаційного опису мови, тобто до вивчення мови як засобу комунікації. Цей перехід, що зазвичай позначають як “комунікативний поворот”, допоміг досягнути значного прогресу в дослідженні реальних механізмів функціонування мови.

Одна з перших лінгвістичних моделей комунікації належить одному з членів “Празького лінгвістичного гуртка” **Р. Якобсону**. Вона включає такі важливі ком-

поненти, як *контакт* (організація спілкування) і *контекст* (зміст повідомлення). На початок комунікаційної ланки винесений об'єкт реального світу, на який хоче звернути увагу той, хто говорить. Для передачі повідомлення, з яким асоціюються уявлення комунікантів про об'єкт, необхідне виникнення й підтримка контакту між ними. Відповідно можна конкретизувати й знання, спільність яких необхідна для комунікації.

### Схема 1.2



Модель Р. Якобсона має кодово-інформаційний характер, і хоча є досить спрощеною й односторонньою (не спрямована на зворотний зв'язок і активну роль аудиторії), вона вже передбачає можливу невідповідність того, що кодується, тому, що декодується.

Кульмінаційною точкою лінгвістичних розробок проблеми комунікації в ХХ столітті стало осягнення мети, заради якої люди комунікують, спілкуються один з одним і домовляються між собою. Цією метою є розуміння або досягнення «згоди по суті» [32; с.73]. Проблема розуміння як ключова проблема герменевтики розроблялася різними вченими, зокрема, Шлейєрмахером, Дільтеєм, Гуссерлем, Гайдеггером, частково – Габермасом та іншими філософами, однак, найбільший внесок у її дослідження зробив **Георг Гадамер**. Використовуючи термін «розуміння» відносно культурологічних досліджень, Гадамер прагне показати, що має місце не збільшення (приріст) знання (як це відбувається при поясненні якихось явищ культури), а вагома подія в житті людини, котра вивчає щось у культурі і втягнута в процес дослідження, бо це «спосіб пізнання і спосіб буття одночасно» [32; с.58]. З іншого боку, Гадамер звертає увагу на те, що будь-який об'єкт дослідження в сфері культури, на відміну від природного об'єкта, вже є осмисленим. Універсальна осмисленість сфери культури дозволяє говорити про універсальність розуміння – «герменевтичний універсум», за термінологією Гадамера. Підґрунтям для можливості розуміння є, за Гадамером, «спільність справи», адже неможливо зрозуміти те, до чого не маєш відношення. Будь-який акт розуміння в теорії Гадамера будується на основі наявних передумов, що забезпечують цю спільність, наприклад, спільність дослідника та досліджуваної ним і сучасної йому традиції. У випадках дослідження іноземних або стародавніх (античних) культур, коли неможливо говорити про збереження «живої традиції», здійснення комунікативного акту розуміння потребує іншої передумови, однією з яких Гадамер вважає мову. Нерозуміння (і, як наслідок, непорозуміння), на думку Гадамера, – це розмова «різними мовами», тобто відсутність узгодженості в кодї комунікації. Розуміння є тому й можливе, що можливим є приведення окремих партикулярних мов до мови традиції, що виступає в ролі з'єднувальної ланки або,

простіше, «спільної мови». «Обриви в традиції, порушення її континууму є не що інше, як збої в житті мови. Традиція дійсна доти, доки у використовуваній нами мові збережені корені, що йдуть углиб загальнолюдського культурного ґрунту» [33; с.336]. Отже, Гадамер, услід за Гайдеггером, визначає мову як універсальне середовище, в якому існує людина та його культура. Універсальність мови визначає універсальність розуміння культури, якщо культура буде представлена як текст.

Теорія розуміння Гадамера докорінно змінює погляд на основи герменевтичної практики. Оскільки той, хто «розуміє», втягнутий всередину того, що «розуміється», остільки, на думку вченого, неможливо провести чітку межу між розумінням та інтерпретацією. Щоби щось зрозуміти, його потрібно тлумачити, а щоб його тлумачити, необхідно вже володіти його розумінням, тобто тим, що Гадамер називає «передрозумінням». Теорія Гадамера настійливо підводить до визнання плюралності інтерпретації: різноманітні тлумачення тексту не можуть бути зведені до одного, «правильного», бо такого не існує. Словесний універсум тексту множинний за своєю природою, отже, «дво-» чи «багатозначність» неможливо усунути з інтерпретації. Сьогодні ця думка не викликає заперечень, однак, вона стала загальною не відразу. При дослідженні феномену розуміння найбільш показовим Гадамеру уявляється «досвід мистецтва», в якому, ніби крізь призму, виявляються фрагменти досвіду спілкування з культурою в цілому або культурної комунікації. Оскільки в творі мистецтва опредметнюється і втілюється дух епохи, сутність даної культури як замкненого утворення, Гадамер пов'язує з мистецтвом універсальний аспект герменевтики. Розуміння твору мистецтва, за Гадамером, стає подією в житті того, хто його сприймає, відбивається в проекції всього його життя та індивідуального досвіду й, таким чином, завжди невіддільне від певної інтерпретації. Але твір мистецтва є «значимим цілим», тому при всьому суб'єктивізмі власної інтерпретації людини Гадамер наполягає на збереженні інваріанта, «обов'язковості твору мистецтва». Щоб зрозуміти твір мистецтва, потрібно, вважає Гадамер, щоб він викликав відгук у душі, став «своїм», але при цьому був утриманий як певне ціле й тому «інше», не тотожне внутрішньому світові того, хто його сприймає. Це справедливо не лише по відношенню до «досвіду мистецтва», але й стосовно «традиції», «переказу», які Гадамер позначає як «досвід історії». Таким чином, передумовою розуміння змістовної визначеності історії, її реальної дискретності, як і будь-яких культурно-історичних чи філософсько-естетичних процесів сучасності, Гадамер вважає «передбачення досконалості», адже, за його словами, «доступна розумінню лише дійсно досконала єдність смислу» [32; с.78]. У цьому – універсальність теорії розуміння Гадамера.

Роздуми про сутність поняття комунікації спонукають нас звернути увагу ще на деякі особливості цього явища.

Комунікація – це сенсовий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії. Дії, свідомо орієнтовані на їхнє сенсове сприйняття, звуться комунікативними. Основна **функція** комунікації – досягнення соціальної спільності при збереженні

індивідуальності кожного її елемента. Комунікація – явище процесуальне. Як будь-який процес, комунікація відбувається в становленні від початкової стадії ініціації комунікаційного акту через спільну діяльність певної кількості його учасників до досягнення результату.

Ядром комунікації є **комунікаційна подія**. У ній задіяні конкретні учасники, котрі взаємодіють у режимі реального часу і виконують ролі як Відправника повідомлень, так і Одержувача. Для інтерпретації повідомлення, тобто для створення взаємоприйнятого смислу, потрібна кооперація.

Комунікація як процес “має **структуру**, в яку вбудовуються комунікаційні події. По відношенню до цієї структури подія осмислюється, аналізується, оформлюється її зміст для відтворення й значення для трансляції” [34; с.101-102]. Структура найпростішої комунікації: 1) два учасники – комуніканти, котрі наділені свідомістю й володіють нормами певної семіотичної системи (наприклад, мови); 2) ситуація (або ситуації), яку вони прагнуть усвідомити та зрозуміти; 3) тексти, що виражають сенс ситуації в мові або елементи даної семіотичної системи; 4) мотиви і цілі, що роблять тексти спрямованими, тобто що змушують суб'єктів звертатися один до одного; 5) процес матеріальної передачі текстів.

Таким чином, тексти, дії, пов'язані з їхньою побудовою і навпаки, дії з реконструкції їхнього змісту й сенсу, а також пов'язані з цим мислення і розуміння, складають **зміст** комунікації.

Процеси мислення, рефлексії, розуміння (описані, зокрема, в теоріях Г. Щедровицького, В. Лефевра, Г. Гадамера) стають вагомою передумовою необхідного в комунікації **зворотного зв'язку**. Саме зворотний зв'язок як реакція одержувача інформаційного повідомлення на його зміст є показником ефективності комунікації. Рефлексивна процедура розчленування, аналітичного «препарування» смислових цілісностей повідомлення й наступне самостійне їх відтворення-інтерпретація на основі спільного коду розуміння (наприклад, мови) складають суть другої фази комунікаційного акту. Тому загальним правилом у комунікації повинно стати відстеження реакції одержувача на зміст повідомлення. Неважко це зробити у випадку міжлюдської комунікативної дії, значно складніше – при різновидах масової комунікації, коли для отримання зворотного зв'язку представники засобів масової комунікації повинні звертатися до спеціальних служб, що здійснюють соціальне опитування, моніторинг, вивчення громадської думки тощо. Хоча сьогодні широко впроваджуються різноманітні форми інтерактивних опитувань, “прямих” і “гарячих” ліній, громадських консультацій, слухань, обговорень та ін.

**За типом відносин між учасниками** виокремлюються міжособистісна, публічна, масова комунікація. **За типом використовуваних засобів** можна виділити мовну (мовленнєву), паралінгвістичну (жест, міміка, мелодія тощо), символічну (зокрема, художню) комунікацію.

Вербальна комунікація спирається на **мову**, що є символічною системою. Відповідно, виникає потреба у взаємних домовленостях щодо уточнення й трактування

тих чи інших мовних значень. Проте, роль вербальних форм комунікації в сучасному світі неухильно знижується. Вербальна практика сьогодні має вторинне значення в людському житті, культурі, соціальній комунікації. Існує думка, що на зміну старій вербальній культурі йдуть нові форми візуальної культури.

Комунікація несе в собі потужний **творчий елемент**. По суті, це співтворчість тих, хто вступає в процес комунікації. Творчий елемент має надзвичайно важливе значення в сфері культури, без нього неможливий повноцінний культурний розвиток і збагачення змістовного потенціалу людства. Найявним свідченням цього є одна з особливостей процесу розвитку культури, яка полягає в тому, що протягом століть творчі прориви здійснювалися через діяльність різноманітних культурних спільнот, немислимим без комунікації й спілкування (братства, гуртки, салони, творчі спілки тощо).

Як видно з наведених міркувань, поняття комунікації характеризує складний, символічний, особистісно-масовий, інтеракційний процес, що дозволяє його учасникам виражати певну інформацію або внутрішній емоційний стан, а також статусні ролі, в яких вони перебувають відносно один одного. Упродовж століть кристалізувалося сучасне розуміння терміну “комунікація”, яке сьогодні в загальнокультурному контексті має певну множину значень: під ним розуміють як шляхи сполучення, мережі підземного господарства й форми зв’язку, так і міжособистісну взаємодію та масові комунікації. Термін “комунікація” часом ототожнюється зі значеннями понять “спілкування” та “діалог”, проте розгляд смислів цих понять та їх співвідношень у різних науках та філософських концепціях дозволяє відокремити їх одне від одного, з’ясувати їх спільні й відмінні риси.

Поняття комунікації неможливо вважати точно визначеним, тому що воно виходить далеко за межі суто технічних або змістовних характеристик інформаційного обміну в суспільстві. Феномен комунікації проглядається в різноманітних формах вербальної і невербальної взаємодії, проникає в складні процеси самопізнання, самооцінки людської особистості, відтворення нею всіляких, у т.ч. прихованих аспектів буття. Комунікація в сучасному світі перетворюється на глобальну сутність, знак усього людського існування, всього суцього на землі. Проблема комунікації – одна з центральних, невичерпних проблем культури й гуманітарного знання, що постійно породжує рефлексію в науковому світі. Вичерпати її взагалі навряд чи можливо, адже комунікативними за своєю природою є й наука, й культура і сам процес людського пізнання.

## Поняття культури в комунікаційному аспекті

### Антропологічний, функціональний, галузевий та інші підходи до визначення поняття культури

Поняття культури – одне з найширших і найскладніших понять, що використовуються в гуманітарних і суспільних науках і не мають однозначності ні в науковому, ні в поточному вживанні. “Культура – це своє інше”, – стверджує Е. Левіна, підкреслюючи той аспект культури, завдяки якому людина прилучається до світу в його найрізноманітніших виявах спочатку через “інше” в образі близької й рідної особистості, що знаходиться поруч, до “інших” образів цивілізації та світової культури, які з часом також стають органічними “своїми” [35; с.35]. Н.Суханова робить акцент на креативному, відтворюючому моменті функціонування культури: “Культура – це не те, що бере, а те, що дає людина” [36; с.164]. На думку В. Конєва, культура, з одного боку, – це особливий світ людини, середовище проживання, дане людині, тобто зовнішнє середовище артефактів, а з іншого боку, культура є актуальний досвід і зміст внутрішнього світу особистості. Дослідник також висловлює ідею про семантичний зв’язок культури й таких понять, як “образ”, “освіта”. Останнє мислиться ним як роль культури в наданні образів діям людини, взагалі олюдненні людини [37; с.29-32]. П. Гуревич звертає увагу на те, що культура виявляється як здатність людини створювати щось, що не закріплено в його видовій біологічній програмі [38; с.11]. Культура як варіант пошуку сенсу життя, надання смислу всьому людському існуванню сприймається Л. Баткіним [39; с.188]. Т. Маккенна бачить у культурі “виток можливостей, що розширюються”, що їх люди з плином часу навчаються застосовувати в своєму повсякденному житті, використовувати раніше незатребувані можливості, що зберігаються в світовій культурі [40; с.250].

Всі ці висловлювання, попри їх векторність, знаходяться в межах “*антропологічної*” концепції культури, яка, говорячи словами одного з її основоположників Р. Вільямса, розуміє під культурою всю цілісність способу життя певної спільноти [41; с.132], що включає її звичаї і вірування, побутові та дозвіллі практики, морально-ціннісні орієнтації та всю сукупність накопичених цією спільнотою знань, понять, художніх вартостей, продуктів інтелектуальної діяльності тощо.

У надрах “антропологічної” концепції народжуються близькі їй моделі та підходи до вивчення культури, зокрема, *етично-духовний*, представлений висловлюваннями С. Моєма: “Культура потрібна, оскільки вона впливає на характер людини. Якщо вона не ушляхетнює й не зміцнює характер, гріш їй ціна. Вона повинна служити життю. Її мета – не краса, а добро” [42; с.295]. Ці слова перегукуються з глибокими ідеями М. Реріха, котрий писав, що “культура є перш за все людське становлення в ім’я усвідомлення Добра, Світла, Блага. Усе життя людства... повинно бути освітле-

не, проникнуте Культурою” [43; с.229]. Культуру як етичну доміанту людського існування бачив А. Швейцер, стверджуючи: “Культура – сукупність прогресу людини і людства в усіх сферах і напрямках за умови, що цей прогрес служить духовному вдосконаленню індивіда як прогресу прогресів” [44; с.95]. Г.Н. Волков розуміє під культурою у вузькому значенні саме духовну культуру: “Це величезний потенціал духовного досвіду людства, який накопичено за тисячоліття його існування і визначає нинішній рівень його інтелектуального, морального, естетичного розвитку” [45; с.5].

Зовсім іншу сферу культури як суспільного явища охоплює т.зв. *соціальний* підхід, прибічники якого вважають, що покликання культури полягає в задоволенні потреби суспільства у підтримці, зміцненні та вдосконаленні соціального організму як інтегрованого цілого. Саме в цьому ключі, підкреслюючи соціальну значущість культури, висловлюється А. Ахієзер: “Культура “прочитується” як програма діяльності суспільного суб’єкта (особистості, групи, локального співтовариства, суспільства в цілому), у тому числі й стосовно зміни самої культури” [46; с.45]. В. Семенов пише, що культура “виражає міру оволодіння людиною своїх відносин до самого себе, до суспільства, до природи” [38; с.49], а П.Козловські називає культурою «самопояснення суспільства й пояснення людиною своєї самості» [47; с.96].

На межі соціального та *функціонального* підходів знаходиться розуміння культури Б. Малиновським, котрий тлумачить це поняття як “органічну сукупність взаємопов’язаних соціальних систем, які можуть бути інституалізовані чи не інституалізовані... Кожна культура завдячує своєю цілісністю й самодостатністю тому фактові, що вона слугує задоволенню всього спектру базових, інструментальних та інтегративних потреб” [48; с.47]. Автори функціоналістських визначень культури відмовляються від описання субстанції культури, концентруючись натомість на її властивостях, виявленнях або функціях, як, наприклад, У. Гудінаф: “Культура певного суспільства полягає в тому, що потрібно знати і в що вірити, щоб діяти прийнятним для всіх членів суспільства чином... Культура... складається не з предметів, людей, зразків поведінки чи почуттів, а скоріше з організації цих речей, відбитої людиною в її голові, їх моделей, які люди сприймають, співвідносять одна з одною або інтерпретують іншим чином” [49; с.36].

З розуміння культури як окремої сфери суспільної діяльності (галузі) та процесу інтелектуального, духовного, естетичного розвитку виходить *галузевий* підхід. Його творці – М. Арнолд, Т.С. Еліот, Х. Ортега-і-Гассет та ін. – вважали єдино вартою високого наймення “культури” високорозвинену духовну культуру, що твориться і споживається переважно у вищих прошарках суспільства. За словами М. Арнолда, “культура – це найкраще з того, що говориться й думається в світі” [50]. Р. Вільямс бачив у цьому певний консерватизм, відзначаючи, що при такому підході ми все ще дивимось на культуру очима вчених 18-го століття, котрі відчували приховану або явну зневагу до всіх інших видів діяльності за винятком інтелектуальних. Визначення культури, якими ми користуємось, за Р. Вільямсом, втілюють буржуазне розуміння культури, згідно з яким культура неодмінно асоціювалася з філософією,



мистецтвом, літературою, наукою, тобто тими сферами діяльності, де традиційно головну роль грали представники панівного класу [51]. Згідно з “галузевою” концепцією, культура уявляється як сукупність специфічних мистецьких і гуманітарно-наукових практик та певна інфраструктура з окремою суспільно-професійною групою (культурно-мистецьке середовище). Галузеве розуміння культури лежить в основі діяльності адміністративних інституцій більшості європейських держав, що здійснюють культурну політику: типова структура кожного міністерства культури віддзеркалює розуміння владою того, що належить до галузі культури (як правило, це музеї, бібліотеки, театри, історичні пам’ятки та інші культурно-мистецькі установи, іноді – гуманітарні вищі навчальні заклади, видавництва, державні радіо- і телеканали тощо).

Однак, як пише І. Кравченко, “поняття культури не обмежується культурно-мистецькою формою, а включає ціннісні орієнтації, регулює тип і спосіб мислення, диктує ту чи іншу картину світу й ті чи інші методики його освоєння, визначає те чи те ставлення до природи, суспільства, держави, особистості і т.п.” [52]. Існує також думка, що “...культура є введення певного порядку у світ природи шляхом її духовно-практичного впорядкування завдяки технологіям смислоутворення й систематизації” [53; с.20].

Таким чином, культура – це складна система, що характеризується певною цілісністю й динамікою свого функціонування і включає в себе комплекс різноманітних “підсистем”, які грають суттєву роль у створенні та розповсюдженні духовних цінностей. У світлі *системного* підходу, сама культура може розглядатися як підсистема тієї чи іншої соціальної системи або, як у М. Кагана [14], – в складі більш широкої системи – буття в філософському розумінні. Культура, за М. Каганом, є формою буття, породженою діяльністю людини, яка включає “надприродні” якості людини, тобто ті, які не дані їй від природи, а формуються у неї в ході суспільного життя; різноманіття предметів – матеріальних, духовних, художніх, які складають “другу природу”, що виникає завдяки діяльності людини; “надприродні” (в тому ж сенсі, що й якості людини) способи діяльності, за допомогою яких люди втілюють зміст, закладений у продуктах їхньої діяльності; спілкування як спосіб реалізації потреби людей один в одному.

Культуру можна розглядати і в рамках *процесуального* підходу, як це робить А. Чучин-Русов: “Культура являє собою єдиний (синкретичний), безперервний процес, що одночасно протікає в різних соціокультурних структурах (симультанний), склад “реакційної маси” якого постійно змінюється” [54; с.3].

Плідним є *семіотичний* підхід, реалізований у роботах Ю. Лотмана, котрий уявляв культуру «як складно організований знаковий механізм, що забезпечує існування тієї чи іншої групи людей як колективної особистості, яка володіє певним загальним надособистим інтелектом, спільною пам’яттю, єдністю поведінки, єдністю моделювання для себе навколишнього світу та єдністю ставлення до цього світу” [55].

Одним з найсучасніших є *інформаційний* підхід, що вводить нове поняття ін-

формаційної культури і тлумачить його як “рівень практичного досягнення розвитку інформаційної взаємодії і всіх інформаційних відносин у суспільстві, міру досконалості в оперуванні будь-якою необхідною інформацією” [56; с.68].

П. Донець пропонує принципово іншу класифікацію підходів до визначення та розуміння культури, виділяючи *нормативний (аксіологічний)*, при якому культура виступає антиподом брутального, варварського, необтесаного; *тоталістський*, у трактуванні якого культура охоплює все, створене людиною – від матеріальних об’єктів до світоглядних настанов, релігійно-філософських уявлень, мистецьких прозрінь; *редукціоністсько-супракатегоріальний*, відмінною особливістю якого є те, що сутність культури редукується до певної категорії високого рівня абстракції, таких як поведінка, діяльність, знання, інформація, значення, код і т.п.; *менталістський*, що оперує категоріями ідеї, відображення, знання; *предметний (об’єктний)*, що виходить із рівня речей, предметів, об’єктів; *логіко-інтерпретаційний*, при якому культура являє собою логіку, згідно з якою індивідуум упорядковує свій світ; *логіко-інструктивний*, що порівнює культуру з ментальним програмним забезпеченням, яке керує мисленням, почуттям, поведінкою й діяльністю людини [9; с.31-42].

Як видно з цього побіжного, загального екскурсу визначень культури, взятих з різних джерел, наскільки різноманітними є наукові підходи до вивчення явища культури. Культуру намагаються визначити на особистісному, поведінковому рівні. Культура цікава як сукупність знакових систем, як перетворююче начало, як форма самодетермінації індивіда. Культура мислиться людьми як спосіб буття та освоєння світу в цілому в його соціальному, біологічному, часовому аспектах. Культура постає універсальним провідником уявлень про світ і місце людини в ньому, вона породжує буття предметів і людей, у тому числі й своє власне буття.

Взагалі, в науковій літературі існує велика кількість визначень культури. Ще в середині ХХ сторіччя А. Кребер і К. Клакхон зібрали близько 200 визначень культури, що фігурують у науковій літературі з кінця ХІХ до середини ХХ століття [57]. Пізніші дослідники, враховуючи мультидискурсивність самого терміну “культура” та різноманіття інтерпретацій цього поняття, зрозуміли неспроможність їх критичного аналізу та пошуку серед них “правильного”, а дехто взагалі відмовився від самої необхідності такого визначення.

Проте сучасна наукова думка не залишає спроб винайдення універсального визначення культури, що б увібрало в себе весь традиційний спектр значень слова “культура”, під яким ми розуміємо процес інтелектуального, духовного, естетичного розвитку; спосіб життя певної спільноти; сукупність творів і процесів (практик) інтелектуальної та мистецької діяльності. Одну з таких спроб було здійснено під час Всесвітньої конференції з культурної політики, проведеної під егідою ЮНЕСКО у 1982 році, де поняття “культура” тлумачилося як “комплекс характерних матеріальних, духовних, інтелектуальних і емоційних рис суспільства, що включає в себе й різні мистецтва, й спосіб життя, й основні правила людського буття, системи цінностей, традицій і вірувань” [58].

Однак, і це визначення культури, якому вже понад чверть століття, не може претендувати на універсальність. Перш за все, тому, що воно не віддзеркалює значних суспільних зрушень, які сталися останнім часом внаслідок потужного наступу інформаційно-комунікаційних технологій і значної активізації комунікативної функції культури. Культура вже не уявляється поза межами комунікації, яка сприяє повноцінному функціонуванню культури, формуванню й збагаченню її змісту.

Усвідомлення взаємозалежності культури від комунікації і навпаки, що виявляється в комунікативних рисах культури й культурних ознаках комунікації, дозволило сучасним дослідникам внести певні корективи у розуміння обох понять. Так, термін «комунікація» у сучасній філософії використовується, передусім, як «ознака конструктивної взаємодії особистостей, соціальних груп, націй та етносів, яка розгортається на основі толерантності й порозуміння» [59; с.291]. Зрозуміло, що зазначені характеристики притаманні людським громадам високої культури і духовності.

Що ж до власне поняття культури, то сучасна антропологія визначає її як «процес та результат об'єктивації особистісної основи людини задля досягнення внутрішньо-духовної комунікації. Культура постає як символічно-комунікативне оформлення особистості в стихії часу. При цьому культура може бути прив'язана до свого часу, а може виходити за його межі, в той екзистенційно-антропологічний простір, що з'єднує різні часи» [59; с.314]. Таким чином, у визначенні одного з сучасних енциклопедичних словників культура перетворюється на канал комунікації, через який здійснюється діалогічний контакт минулого з майбутнім.

Посилення комунікативного чинника в культурі відчув і В. Червінський, чие визначення культури виділяється серед численних визначень цього явища: «Культура, якщо під нею розуміти процес, – це комунікація, а в статичному і предметному розумінні – сукупність висловлювань (наприклад, творів), символічних рядів, що слугують цілям комунікації (наприклад, усіляких ритуалів), нарешті, засобів комунікації» [14; с.17].

### **Концепції й теорії культурної комунікації в ХХ столітті**

Появі ідеї комунікаційного підходу до культури передували наукові дискусії і загальнотеоретичні дослідження проблеми комунікації. Культура й комунікація перерешуються в концепціях культурної комунікації, які в ХХ і, особливо, в ХХІ столітті набувають гострої актуальності.

Вже перші концепції культурної комунікації пов'язані з тріадою понять „масове суспільство” – „масова культура” – „масова комунікація”. Разом із „масовим суспільством” (воно виникло ще в ХІХ столітті на зміну соціумам із доволі чітким суспільним і культурним розшаруванням) приходять так звана “масова культура”, головною відмінністю якої від традиційної народної культури є не масовість як така, а ремісничий, промисловий, пізніше навіть індустріальний характер куль-

турної продукції та суто комерційна зорієнтованість на якнаймасовішого, отже – культурно невибагливого споживача.

Т.Адорно пише про цілі “індустрії культури”, які продукують ідеологічну та культурну однорідність суспільства та “передбачуваність” мистецтва, найяскравіше помітну в голлівудському кіно. Г.Маркузе звертає увагу на те, що індустріалізована масова культура прагне “відучити” широкі маси мислити поза межами хвилинних потреб, тим самим породжуючи специфічний соціальний тип – “однорідну людину” [60]. Х. Ортега-і-Гассет вводить поняття «людина-маса», маючи на увазі характерологічні та поведінкові риси, що дозволяють віднести ту чи іншу особистість до більшості (маси) чи, навпаки, - до меншості (духовної еліти) [61]. А. Хаузер, гостро критикуючи масову культуру як продукт суспільства стандартизованих індивідів і споживачів стереотипних істин, виготовлених за допомогою ЗМІ, що поставляють ці істини в якості духовної їжі, акцентує увагу на “деестетизації” та примітивізації західної культури, перетворенні її на культуру “широкого вжитку”, що обслуговує споживацьке “масове суспільство”. Таким чином, у перших концепціях культурної комунікації Х. Ортега-і-Гассета, Т. Адорно, Г. Маркузе, А. Хаузера, Д. Макдональда, К. Грінберга та ін. поняття «масова культура» вживається в негативному значенні, як синонім вульгарної, низькопробної продукції, доступної уніфікованій більшості. У такому розумінні «масова культура» є антиподом «високої», елітарної художньої культури.

Остання третина ХХ ст. усвідомлює і розвиває протилежну ідею щодо визначальної ролі засобів комунікації та їх впливу на зміст і смисл культури й розвиток усього суспільства.

М. Маклюен доводить, що «масова культура» є природним органічним розвитком засобів масової комунікації. Намагаючись проаналізувати сучасні засоби масової комунікації в їх сукупності та відношенні до системи культури в цілому, М. Маклюен вибудував типологію культури як послідовну зміну дописьмового (орального), письмового (книгодрукарського) та електронного типів [62-65].

Якщо М. Маклюен ставить перед собою питання значимості масової культури, яка в суспільстві виявляється через комунікацію, то для А. Моля пріоритетними є інформаційні засоби, що несуть у собі художній, освітній, науковий смисли. На думку А. Моля, в сучасному суспільстві засвоєння культури та соціалізація особистості відбуваються, значною мірою, через канали масової комунікації. У своїх працях А. Моль приділяє велику увагу виявленню специфіки та закономірностей розповсюдження культурної інформації в суспільстві. Він дає визначення «гуманітарної» та «мозаїчної» культури, виділяє різноманітні підходи до використання засобів масової комунікації, створює схеми соціально-культурних циклів [66,67].

Р. Вільямс вирізняє 4 основні способи чи моделі “організації культурної комунікації” в сучасних суспільствах: *авторитарну, патерналістську, комерційну та демократичну*. “В авторитарній системі правляча група, яка неминуче є меншиною, контролює все суспільство, тож вона використовує всі ті комунікаційні канали

суспільства, до яких може отримати доступ, щоб змусити людей поводитися й мислити так, як того вимагає система” [41; с.23]. У патерналістській системі правляча група трактує більшість як відсталу, незрілу, подібну в багатьох аспектах до дітей, як чимось обділену, непідготовлену до самостійного життя. Головну ідею “комерційної” моделі культурної комунікації втілено в ринкових законах попиту і пропозиції. “Демократична система” культурної комунікації, що має поєднувати позитивні сторони комерційної та мінімізувати її негативні аспекти, орієнтується на співіснування багатьох незалежних каналів чи “підсистем” комунікації, які б перебували під “суспільним контролем”, що не дозволить розвинути будь-якого типу монополії. Однак дослідник констатував, що в дійсності такої системи ще ніде не створено.

Паралельно з концепціями культурної комунікації протягом ХХ ст. розвивалися та видозмінювалися уявлення про роль мас-медіа в життєдіяльності суспільства та їх вплив на людей. Так, на початку ХХ ст. виникла *теорія «прямого впливу»*, яка виходила з упевненості в тому, електронні мас-медіа є потужною переконуючою силою в суспільстві і здійснюють вирішальний вплив на думки й поведінку людей. Другий етап в історії досліджень мас-медіа – *теорія «обмеженого впливу»* – вже відображає й враховує активну роль аудиторії, ґрунтуючись на переконанні, що люди, значною мірою, по-своєму протидіють мас-медіа. *Функціоналістська теорія масових комунікацій* (40-і роки) передбачала, що мас-медіа є ресурсами, призначеними для активного використання індивідуумами в суспільстві. У 70-х роках ХХ ст. виникла *теорія використань і задоволень*, прибічники якої стверджували, що люди активно використовують мас-медіа для задоволення своїх певних потреб.

У 80-90-х роках, «в умовах розвитку «постіндустріального суспільства» поняття «масова культура» починає виглядати дещо застарілим. Адже «культура постмодернізму» аж ніяк не передбачає поділу культурних явищ на «високі» та «низькі», «елітарні» або ж «масові». На зміну приходять поняття „цивілізації дозвілля”, „індустрії розваг”, „шоу-бізнесу” та інші, що підкреслюють візуальний, видовищний характер сучасної культури, «творення» якої поставлене на промисловий рівень. „Будь-яке художнє явище навіть високого гатунку набуває ознак товару, комерціалізується” [68; с.336]. Таким чином, вирішальним фактором функціонування масової культури стають не художня вартість її зразків і внутрішня логіка змісту, а засади ринку, який трактує мистецтво з економічної точки зору – як предмет споживання. Відповідним чином поцінують і митця: «за продуктивністю, поширенням результатів його творчості, реакцією аудиторії і, передусім, за прибутком і показниками збитків» [69; с.13]. Отже, мистецтво стає предметом купівлі-продажу; його рівень неухильно знижується на догоду невибагливим смакам «замовників»; у мистецькій практиці з’являються «штампи» й «кліше» як найбільш уживані стилістичні засоби, що виправдали себе в економічному плані. Позитивні риси концепції «масової культури» М. Маклюена, «інформаційної культури» А. Моля та інших дослідників поступаються місцем ідеям хаосу в культурі, для характеристики якого І. Юдкін виділяє низку ознак: *ізоляцію та атомізацію* індивідів, формування феномену «само-

тньої юрби», викликаного розривом просторових (громадських) і часових (спадкових) зв'язків; *нівелювання* такої юрби, формування феномену знеособленої особи; *агресивність* у мотивації поведінки, спричинену як розчаруванням, фрустрацією (від поширення наперед нездійснених очікувань), так і реакціями фобії (перестрахи) та істерії на неможливість адаптуватися до мінливого середовища; *наркотизацією психіки* як наслідок розпаду мотивації на відособлені, самоцільні ланки; *паразитизм* як наслідок комунікативно-селективного механізму урбанізації – того млина, що меле полову та несе реальну загрозу деградації до збирацько-мисливського мислення палеоліту [70; с.133-134].

Таким чином, усвідомлюється вирішальне значення культури в процесах збереження людської ідентичності та захисту суспільної моралі перед лицем нової інформаційної та електронної ери. Отже, будь-яке сучасне дослідження культури мусить брати до уваги всеохоплюючий комунікаційний аспект, який дозволить ширше й повніше поглянути на механізми культури, відчуті залежність її глобальних змін від способів фіксації та передачі інформації, краще зрозуміти, яке місце в структурі культури займають засоби і форми її розповсюдження. Сучасна культурологія вважає найбільш ефективним поєднання комунікаційного аспекту з семіотичним підходом, що дозволяє декодувати знакові системи, якими є повідомлення (тексти) культури, і розглядає функції знакової системи як функції передачі повідомлень або висловлення змісту (значення смислу), а також функції спілкування, тобто забезпечення розуміння переданого повідомлення, спонукання до дії, емоційного впливу.

Взагалі, семіологія розглядає всі явища культури як знакової системи, передбачаючи, що вони такими і є, будучи, таким чином, також феноменами комунікації. Саме в такому ключі досліджує культуру У. Еко, в цілому дотримуючись антропологічного визначення культури як будь-якого природного явища, перетвореного людським утручанням, яке в силу цього може бути включене в соціальний контекст. У. Еко доходить до критики структуралізму і створює особливу комунікативну модель, яка передбачає, що в мить досягнення адресата повідомлення відсутнє, воно “пусте”. Незаповненість повідомлення не пов'язана з якоюсь особливою якістю. Його так звана “відсутність” ... зобов'язана вторгненню конвенцій, що нашаровуються одна на одну. Повідомлення прозоре зовсім не через свою “відсутність”: відразу і раптом воно мені не розкривається, воно непрозоре, тому що відторгає коди, що виявляються йому чужими” [71; с.367-368]. Структура в трактуванні У. Еко – це конкретний метод дослідження об'єкта, що не має статусу універсальності. Самі структури являють собою гіпотетичні продукти розуму й лише частково відбивають сутність речей. За У. Еко, “істинна структура” незмінно відсутня і недоступна інтелектуальному осягненню. У концепції “*відсутньої структури*” особлива роль відводиться конкретним комунікативним обставинам, які вирішальним чином впливають на семіотичний універсум культури і вкорінюють у повсякденному житті суто теоретичний світ абстрактних кодів і повідомлень, підживлюючи холодну відстороненість і самодостатність семіотичних смислів життєвими соками

природи, суспільства, історії [71; с.71]. Загалом же, комунікація, на думку У. Еко, охоплює всю сферу практичної діяльності, в тому сенсі, що “сама практика – це глобальна комунікація, яка засновує культуру й, відповідно, суспільні відносини. Саме людина освоює світ, і саме завдяки їй природа невпинно перетворюється на культуру” [71; с.416]. Таким чином, У. Еко дає лаконічне, але емне визначення культури: культура – це переважно комунікація.

Комунікаційний чинник стає основою розуміння культури в концепції Дж. Лалла. Дотримуючись вслід за У. Еко та іншими дослідниками антропологічного визначення культури (Дж. Лалл трактує це поняття як сукупність цінностей, переконань, правил і суспільних практик, які поділяються спільнотою й формують індивідуальні та колективні ідентичності її членів), дослідник подає нову концепцію *суперкультури*, яка могла народитися тільки в наш час, коли вирішальний вплив на людське життя мають комунікаційні технології та засоби масової інформації. Дж. Лалл підкреслює, що на відміну від попередніх епох, коли досвід людини обмежувався певним місцевим середовищем та присутніми в ньому впливами, характер сучасної культури став значно символічнішим, різноманітнішим і динамічнішим. Культурна реальність наших днів дедалі більше ґрунтується на символічних обширах медіа-опосередкованого досвіду. Дж. Лалл виділяє 6 основних сфер культурної діяльності та репрезентації, до яких завдяки комунікаційним технологіям і мас-медіа мають доступ наші сучасники. Це, на його думку, універсальні загальнолюдські вартості, міжнародні джерела, цивілізації, національні та регіональні культури й, нарешті, культурна практика повсякденного життя. По мірі того, як індивідуум розширює масштаби своєї культурної діяльності, його культурний досвід, за Дж. Лаллом, стає дедалі менш локальним і суто груповим. Використовуючи ресурси з різних культурних сфер, він може конструювати власну суперкультуру. Суперкультури – це суміші культурних фрагментів, зрозумілих самому собі та іншим внаслідок конструювання когнітивних взірців, комунікативної взаємодії та соціальних практик. Таким чином, суперкультура в концепції Дж. Лалла – це “багатоликий, проміжний простір між ... особою і суспільством, між матеріальним і символічним, оскільки сучасна культура дрейфує між локальним і глобальним, між колективними та індивідуальними, безпосередніми та медіа-опосередкованими формами досвіду” [72; с.232].

При розгляді концепції суперкультури як особистісно орієнтованої форми досвіду виникає паралель із поняттям і явищем «*субкультури*» (або «контркультури»). Це відомі в історії 60-70-х років ХХ століття суперечливі ліво-радикальні контркультурні рухи, вибухова «молодіжна революція», спричинена потребою заперечення буржуазного способу життя, індустріалізації та урбанізації та похідних від них процесів уніфікації, стандартизації тощо. Одним із яскравих ідеологів «контркультури» або «субкультури протесту» вважають Г. Маркузе, котрий запропонував теорію звільнення людини від догм старого світу. Продуктивність, раціоналізм, прагматизм західноєвропейської цивілізації сприймається Г. Маркузе як фактор тиску на свободу особистості. На його думку, буржуазна культура стає тим репре-

сивним чинником, що заважає органічній самореалізації людини [73]. Саме з метою ідеологічного та естетичного протистояння «традиційній», «репресивній» культурі і виникають контркультурні рухи і течії («хіппі», «панки» та ін.).

Аналоги західноєвропейським субкультурним процесам існували й на теренах колишнього Радянського Союзу, коли формувалася й нав'язувалася стійка міфологема єдності культури. На відміну від формальних соціокультурних груп, що мали офіційно зафіксований статус, мету і функції, чітку структуру з ієрархією посад і розподілом прав та обов'язків, неформальні групи – субкультурні утворення – не мали ні офіційного статусу, ні фіксованих цілей, ні посад і т.ін., а стосунки між членами такої групи обумовлювалися, як правило, особистими якостями її лідера. Отже, «контркультура немислима і не існує без офіційного суспільства – вони взаємодоповнюючі і взаємопов'язані» [74; с.309], однак, внутрішні цінності етнічної, кримінальної, підліткової, богемної чи будь-якої іншої субкультурної групи не збігаються з суспільними вимогами чи суперечать їм. Розвиток національно-своєрідних, етнорегіональних, молодіжних та інших субкультурних рухів відбувається в опозиції до офіційно здійснюваної культурної політики.

Різні види «контркультури», «субкультури молодіжного протесту», що, на перший погляд, протистоять масовій культурі, насправді є здатними до швидкої трансформації й злиття з інституціями масового суспільства. Як справедливо зауважує Л.Черкашина, «...в процесі взаємодії з інститутами маскульту, фахівцями та творцями «індустрії розваг» контркультурні напрямки майже завжди поглинаються комерційним шаром масової культури. Не одне покоління бунтарів пройшло та проходить шлях від бідності, заперечення буржуазного суспільства до набуття статусу найбагатших людей у світі. Механізм комерціалізації, шоу-бізнесу відіграє в цьому не останню роль» [68; с.337].

Таким чином, концепції «суперкультури», «контркультури» або «субкультури протесту», як і інші маргінальні соціокультурні рухи сучасності, є свідченням «...зростання дезінтеграції культури, її подрібнення на фрагментарні, слабо пов'язані між собою ланки, на «шматки» інформації, що загрозливе для її цілісності, а відтак і для самого її існування. Подрібнюються на «субкультури» її носії, утворюючи конфліктні суспільні угруповання. Відповідно зростає вагомість дослідження умов реінтеграції культури, збереження та відтворення її цілісності, вивчення взаємодії між її окремими галузями та ланками» [70; с.133]. Дезінтеграційні процеси, що періодично траплялися в історії культури, були результатом нагромадження знання й досвіду, наслідком кумулятивних властивостей самої культури. «Дезінтеграція культури, відособлення та поглиблення окремих її галузей, їх спеціалізація... виявляли ті су перечення, через визрівання та додання яких здійснювався прогрес культури» [8; с.163].

Розглянувши численні визначення культури та деякі сучасні концепції, можемо з упевненістю сказати, що сьогodнішня наука про культуру вже не може не враховувати наслідків значних суспільних зрушень, спричинених потужним наступом



мас-медіа й комунікаційних технологій. Комунікаційна складова поняття культури може вважатися універсальною, оскільки вона в тій чи іншій формі присутня практично в кожному визначенні і при будь-якому сучасному підході до вивчення цього явища. Нові технічні можливості обміну, збереження і розповсюдження інформації потягли за собою зміни людської свідомості, вивели на якісно новий рівень функціонування і сприйняття культури в суспільстві. Культура як глобальна комунікація дозволяє не тільки пасивно споживати різноманітні символічні форми, а й продукувати нові, конструювати власну "суперкультуру" на основі фрагментів реальності та індивідуального досвіду. Культура відіграє вирішальну роль у процесах збереження людської ідентичності та захисту суспільної моралі перед агресивним наступом „інформаційної супермагістралі”, тобто Інтернету.

Для нашого дослідження важливо розмежувати поняття культури як метасистеми (М. Каган), що охоплює всі аспекти людської діяльності, цивілізації загалом, і як галузі, коли під культурою розуміють певний аспект суспільного життя, тобто, галузь, що забезпечує повноцінне функціонування духовної сфери людського буття.

## **Методологічні аспекти аналізу комунікаційних процесів у культурі**

Дослідження відкритого багатоаспектного комунікаційного простору культури може бути здійснене за допомогою семіотичного підходу. У зв'язку з цим виникає необхідність більш чіткого визначення таких понять, як мова, знак, символ, текст, код тощо. Як відомо, жоден із цих термінів не має однозначного трактування в науковому співтоваристві, а для жорсткої інтерпретації кожного з них необхідним було б глибинне самостійне дослідження. Ми не маємо подібних можливостей і тому обмежимося найбільш загальними теоретичними уявленнями. Для того, щоб не переобтяжувати наше дослідження надмірною деталізацією дефініцій, зупинимося саме на тих аспектах, які дійсно є необхідними для розуміння комунікаційних процесів у культурі України.

### **Про деякі особливості аналізу знакових систем у культурі**

З точки зору семіотичного та комунікаційного підходів культура є певним чином організована знакова система, знаковий механізм, що забезпечує існування тієї чи іншої групи людей та суспільства в цілому. Сутнісний характер культури найповніше розкривається в протиставленні зі сферою не-культури, яка мислиться як непричетність до певного знання, певної традиції, певних релігійних уявлень, укладу і способу життя, моделей поведінки тощо. Як писав Ю. Лотман, «на тлі не-культури культура виступає як знакова система. Зокрема, чи ми будемо говорити про такі ознаки культури, як «зробленість» (в антитезі «природності»), «умовність» (в ан-

титезі «обумовленості»), здатності конденсувати людський досвід (на відміну від природної первозданності), – в усіх випадках ми маємо справу з різними аспектами знакової сутності культури» [75].

Як відомо, знаки і знакові системи є основою людської комунікації. Знакові системи – це специфічні засоби, що використовуються людиною в практиці соціокультурної комунікації. Незалежно від конкретної природи знакових систем будь-який «елементарний акт комунікації передбачає, по-перше, існування відправника повідомлення, котрий обирає з певного набору (переліку) якусь кількість знаків і розташовує їх за відомими законами, по-друге, канал, через який передається повідомлення в просторі і часі, нарешті, одержувача, котрий, здійснивши прийом знаків, що складають повідомлення, та ідентифікувавши за допомогою наявного в нього переліку, сприймає в множині цих знаків форми, закономірності і значення та вводить їх до своєї пам'яті, де вони в подальшому й зберігаються, в тій чи іншій мірі підвладні процесам забуття» [66; с.127]. У класичному розумінні акту комунікації, представленому, зокрема, формулою Р. Якобсона, відправник (комунікатор) і одержувач (комунікант) повинні володіти набором знаків, що більш-менш збігається. Лише за цієї умови можливе досягнення того чи іншого ступеня взаєморозуміння та згоди між ними, що є метою процесу комунікації. Мета зумовлює прагнення учасників акту комунікації до оптимального розуміння відповідного інформаційного повідомлення, представленого знаками розмовної мови або ж позамовними знаками: сигналами, символами, штучними мовами (наприклад, азбукою Морзе) та іншими, які служать засобами реалізації акту комунікації.

Основою сучасного розуміння знака став лінгвістичний підхід, який запропонував вважати знаком єдність не речі та імені, а поняття та акустичного образу, тобто суміщення, єдність «означуваного та означника» [76; с.99]. У такому ж ключі – як збіг внутрішнього та зовнішнього в означуваному предметі – трактує знак Ю. Лотман. А для Ю. Лекомцева знак є вираження, яке певним чином сконструйоване і володіє різною насиченістю й різними ступенями життєвого наповнення. Користуючись складним і глибоким дослідженням Ч. Пірса [77], представник цієї школи Ю.К. Лекомцев поділяє знаки на 3 типи. Перший тип – це «знак-зображення» (іконічний тип). Його відповідність до об'єкту (класу денотатів) носить характер безперервної або, в широкому сенсі, такої, що наближається до безперервної, наприклад, малюнок дерева і дерево. Другий тип знаків – це «знак-індикатор» (індексальний тип). Відповідність між цим знаком та об'єктом вже не є безперервною; скоріше, вона неоднозначна та має статистичний характер, наприклад, дим – індикатор вогню. Нарешті, третім типом знаків, за Ю. Лекомцевим, є «знак-символ» (символічний тип). Він має дискретний характер відповідності. Взагалі, на думку Ю. Лекомцева, в логічних мовах відповідність між класами денотатів і символів має тенденцію до взаємної однозначності.

З подібним розумінням і типологією знаків погоджувався А.Ф. Лосев, вважаючи її «...досить цікавою й такою, що досить визначено свідчить як про ступінь смисло-

вої насиченості знака, так і про зближення знаковості і символічності, коли символ є лише гранично узагальненою знаковістю» [78; с.240].

Разом з тим, терміни «знак», «символ», «сигнал», які нерідко використовуються як синоніми, мають кожен свою визначену специфіку, виступають носіями певних смислів. Так, термін «знак» відноситься, головним чином, до об'єкта, що володіє тими чи іншими інформативними та проблемно-інтенціональними властивостями. Знак не завжди передбачає навмисне прагнення до спілкування. На відміну від знака, сигнал показує, що той, хто посилає інформацію, здійснив свідомі спроби до спілкування. При цьому не має значення вид самого сигналу – чи це світловий прожектор, чи електричний струм, чи звук голосу, чи вогнище.

Таким чином, термін «сигнал» імпліцитно відноситься до діяльності того, хто передає інформацію, а термін «знак» стосується діяльності як того, хто передає, так і того, хто приймає інформацію. Сигнал незалежно від того, хто його подає (людина, машина чи якийсь інший механізм), спрямований на негайну, невідкладну, моментальну реакцію, часто – передбачувану або запрограмовану (наприклад, дії людини на сигнали світлофора). У будь-якому випадку реакція на сигнал для того, хто його посилає (якщо це людина), є бажаною, обов'язковою чи навіть життєво необхідною. Знак не зобов'язує; він констатує, пропонує інформацію, створює передумови для можливої реакції.

Відмінності між знаком і *символом* лежать у дещо іншій площині. Якщо знак – це матеріальний предмет (явище, подія), який виступає в якості об'єктивного замінника якогось іншого предмета чи явища й використовується для збереження, передачі повідомлень, інформації та знань, то символ – це знак, який крім інформації передає ще й якийсь смисл, відповідно, є розпізнавальним знаком для членів певного суспільства або конкретної соціальної групи, що виражає певний зміст і несе певну ціннісну норму або ідеали конкретної культури.

Як пише В. Мітіна, «символ і знак суттєво відрізняються один від одного: якщо знак неодмінно вказує на щось знайоме і є однозначним, то символ завжди багато-значний» [79; с.44]. Символ, на думку Р. Барта, являє собою «не стільки кодифіковану форму комунікації, скільки ефективний інструмент прилучення» [80; с.248]. Незважаючи на те, що Р. Барт відносить ці міркування до символу як перенасиченого «могутнім» змістом знаку, що саме так і сприймається аналітичною свідомістю, в них показана не єдність, а роз'єднаність «означуваного і означника».

Відмінності між знаком і символом найповніше простежуються в порівняльній таблиці 1.1.

Табл. 1.1

	<b>ЗНАК</b>	<b>СИМВОЛ</b>
<i>Походження</i>	Із тваринного світу	З розвитком психіки
<i>Місце побутування</i>	Тваринний світ, різноманітні сфери людського життя: наука, релігія, мистецтво тощо	Культура, особисте життя людини, державна, етнічна, етична, релігійна сфери життєдіяльності суспільства
<i>Мета застосування</i>	Комунікація, інформація	Представлення ідеї
<i>Риси</i>	Адресність, прагнення до класифікації, прямий зв'язок між знаком та його позначенням	Означає не себе, а щось інше, відкриває доступ до свідомості, позначає спільні ідеї, прагне позначити вічне
<i>Спільне</i>	Базуються на властивості природи й незмінній культурі	

У концепції А. Лосева символ є ареною зустрічі «означуваного та означника», котрі не мають нічого спільного між собою, але в той же час він є сигніфікація речі, в якій ототожнюється те, що за своїм безпосереднім змістом також не має нічого спільного між собою, а саме: «символизирующее и символизируемое» [81; с.266]. Вивчення проблеми символу, на думку А. Лосева, слід починати з поняття знака, з яким ми входимо в центральну сферу всього вчення про символ. За А. Лосевим, символ є знак, але далеко не кожний знак є символ.

Смислове поле символу як безупинний динамічний неоднозначний процес знаходиться в центрі уваги У.Еко. Дослідник звертає увагу на те, що відносини між символом та його значенням можуть змінюватися, а саме: розростатися, ускладнюватися, викривлюватися. В окремих випадках при незмінності самого символу його значення може збагачуватися або бідніти. Комунікативно-смислове навантаження символу, тобто прагматичний аспект його інтерпретації соціальним суб'єктом, залежить від сфери його функціонування. Символи в тому розумінні, яке вкладають у них представники логіко-математичних дисциплін, припускають абсолютно точну конвенцію відносно використання слів і значень. У геральдиці, емблематиці та деяких інших видах візуальних комунікацій (частково навіть художніх) також діють закони умовності та конвенціональності, можливості повного перекладу зусиллями розуму, перефразування в деякі досить визначені і менш синтетичні значення. Останні можуть також бути символами, але вже близькими до понять, що допускають стійкий смисл. Так, політична символіка (наприклад, герб і прапор) або ре-

лігійна (ікона і хрест) розкриває своє єдино можливе чи домінуюче значення через комплекс знаків, які її утворюють. До цих видів символів наближаються їх аналоги соціального статусу, основне призначення яких полягає в створенні умов для ідентифікації та самоідентифікації соціального суб'єкта в стратифікованому соціумі.

Інша справа з символами, що означають певну неточну множину об'єктів чи смислів і не лише не прагнуть моносемії, а й відкидають її, приховують загадки, містять незліченні можливості інтерпретацій, несподіваних розшифровок, передбачень і передчуттів, не зафіксованих конвенцією. Сучасні концепції символу, багато в чому наслідуючи уявлення романтизму, не заперечують розуміння символу як точки перетину граничного та безмежного.

Разом з тим, полісемія символу не передбачає його абсолютної смислової свободи. Межі інтерпретацій неминуче задаються контекстом функціонування символу. Коригуючи символічну ейфорію романтиків, У. Еко, зокрема, заміняє «безмежність» тлумачення символів на «невизначеність» або «необмеженість» у синтагматичному, тобто текстуальному просторі [71]. Але потенційні можливості розбіжностей при сприйнятті і трактуванні символів залишаються надто високими. Контекст, скоріше, впорядковує ці можливості за ступенем імовірності звернення, відхиляючи ті, які зовсім не підходять і не узгоджуються з ним.

Багатозначність притаманна символіві вже за визначенням. Ч. Пірс пропонує включити до цього виду знаків «дві нескінченні серії відносин: одну – назад до об'єкта, другу – вперед до інтерпретанти» [71; с.48]. Відсутність «завершеності» і «визначеності» постійно супроводжує символ, розсуваючи межі його автономії, саморозвитку та самовідтворення. Таким чином, у символі суміщаються і співіснують дві протилежності: умовність, конвенціональність, стійкий асоціативний ряд значень і, навпаки, полісемічність, суверенність означуваного, можливість розбіжностей в інтерпретаціях. Така діалектична єдність протилежностей, характерна для символічного компоненту культури, ефективно використовується в умовах сучасної соціокультурної ситуації.

Справа в тому, що за допомогою осмисленого символічного обміну, який утворює соціокультурну взаємодію, відбуваються зміни стану культури, її безупинний розвиток. Основою подібного суспільного обміну стають символічні форми – елементи змісту міжлюдського спілкування, які репрезентують різноманітні аспекти людського життя та існують у суспільно структурованих контекстах. Через сприйняття, інтерпретацію та засвоєння символічних форм, що в своїй сукупності утворюють комунікаційні коди (ними можуть бути як жест, слово, печерний малюнок, так і набагато складніші субстанції), людина «включається» в комунікаційну діяльність, якою є творення культури. Сенс родоводу, релігії, традицій, мови, подружнього життя, праці, дозвілля, соціальних інституцій та інших культурних систем постійно відтворюється та модифікується через символічні взаємодії. Оскільки символічні форми невід'ємні від соціальних контекстів, які їх породжують, культурологам слід «вивчати символічні форми в їхньому відношенні до конкретно-історичних і сус-

пільно структурованих контекстів і процесів, в яких і за допомогою яких такі символічні форми продукуються, передаються та приймаються» [82; с.136].

Символічні форми завдяки своїй полісемічності й багатозначності є відкритими для численних різноманітних і навіть суперечливих інтерпретацій. Хоча значення символічної форми не може бути незмінним, воно здатне віддзеркалювати певні соціокультурні, ідеологічні, політичні тенденції часу, його прогресивні риси та упевдженя. Комбінаторні властивості символічних форм дозволяють синтезувати й видозмінювати їх, розділяти на частини чи, навпаки, об'єднувати з іншими формами, змішувати та поміщати в інший контекст. Маючи в своєму розпорядженні певний набір відомих символів або символічних форм, здійснюючи їх вибір за тих чи інших обставин та комбінуючи відповідно до визначених правил, людина вже є здатною до спілкування.

Однак імовірність комунікації настає лише за умови введення коду. Поняття та концепція коду є найбільш розробленими в теорії У. Еко, котрий визначає код як «систему, що встановлює: 1) репертуар протиставлених один одному символів; 2) правила їх поєднання; 3) оказіонально взаємооднозначну відповідність кожного символу якомусь одному означуваному» [71; с.45]. Код, за У. Еко, це «модель, що є результатом низки умовних спрощень, які здійснюються заради того, аби забезпечити можливість передачі тих чи інших повідомлень» [71; с.66]. На думку дослідника, існують коди (він умовно називає їх культурно-антропологічними), котрі засвоюються людиною з моменту народження, в ході виховання та освіти. До них належать коди сприйняття, що встановлюють необхідні та достатні умови сприйняття, коди впізнавання, на основі яких будується класифікація об'єктів, коди передачі, що визначають початкові умови сприйняття, необхідні для майбутнього формування образів, а також іконічні коди з їхніми правилами графічної передачі даних досвіду. Іконічні коди, за теорією У. Еко, утворюються через сприйняття таких елементів, як фігури, знаки і семи. Фігурами У. Еко називає умови сприйняття, переведені в графічні знаки згідно з вимогами даного коду. Знаками – «абстрактні моделі», понятійні схеми предмета або явища (наприклад, сонце у вигляді кола з променями). А семи, за У. Еко, – це те, що ми називаємо «образом». Семи по відношенню до знаків виступають у ролі контексту, обставин комунікації й одночасно тієї системи, яка протиставляє їх один одному.

Крім культурно-антропологічних кодів, освоєння яких часто ґрунтується на звичайному спостереженні, на думку У. Еко, існують і більш технічно складні спеціалізовані коди, опанування яких вимагає спеціальних знань, умінь і навичок, наприклад, іконографічні, що управляють поєднуваністю образів і вибудовують значно складніші й культурно опосередковані семи, синтагматичні зчеплення та конфігурації. До найскладніших кодів, які утворюються та функціонують завдяки дії всіх перелічених вище, класифікація У. Еко відносить коди смаку та сенсорні коди, риторичні, стилістичні та коди несвідомого. Досліджуючи сучасне візуальне мистецтво (архітектуру, кінематограф, рекламу тощо), У. Еко доходить до критики

моделі комунікації Р. Якобсона, в якій автор повідомлення та його реципієнт користуються одним і тим самим кодом та володіють однаковим обсягом пам'яті. У. Еко доводить, що ця модель не відповідає дійсності і не відбиває всієї складності соціокультурних процесів. Насправді, обидва учасники акту комунікації користуються складним набором кодів і субкодів, а будь-яка реальна інтерпретація буде більш або менш неадекватною. Будь-яке повідомлення обтяжене коннотативними значеннями й реалізується в певному контексті. Тому У. Еко пропонує переписати схему комунікації, ввівши до неї множинність кодів відправника та реципієнта.

Одним із прикладів цих вірних, на наш погляд, спостережень У. Еко може бути наведена в одній з його праць схема розшифровки поетичного повідомлення, основою якого став рядок із вірша Петрарки «*Chiare, fresche, dolci acque...*». Кодом, що ним користувався автор, була італійська мова часів Петрарки, система авторських субкодів спиралася на випадкові конотації, які могли бути пов'язаними з поняттям води в XIV столітті, та на синестезичні асоціації, передбачені автором. Кодом адресата – сучасного читача – є італійська мова наших днів, субкодами – вільні коди, пов'язані з уявленнями про воду як рідину певного хімічного складу (специфічний хімічний підкод), емоційними конотаціями в зв'язку з «водою» (можуть збігатися з петрарківськими), випадковими синестезичними асоціаціями, які може викликати італійська мова (якщо для читача вона є іноземною), нарешті, культурні конотації в зв'язку з тим, що повідомлення вже стало стійкою синтагмою, своєрідним культурно-історичним «фетишем».

Різноманітні вільні субкоди (їх перелік можна значно розширити) можуть виступати як семантичний шум або ж у якості кодів збагачення, що додають повідомленню можливих значень, які воно містить як джерело інформації. Взагалі ж, процес декодування в схемі У.Еко зображений так, що мова може йти як про максимально строго, так і гранично вільну інтерпретацію. Вона виявиться вільною, якщо означуване співвіднесене з вільними кодами. З іншого боку, точність передачі забезпечується постійною взаємодією кодів відправника з кодами адресата. Уже будучи інтерпретованим, повідомлення постає перед співтовариством споживачів як нова значуща форма, яка, в свою чергу, підлягає розшифровці (декодуванню) і бере участь у формуванні кодів критики.

### **Вплив концепцій В. Гумбольдта та Ф. Соссюра на розвиток теорії комунікації**

Мова є першочерговою серед символічних культурних репрезентацій, з якими людина зустрічається через свої відчуття. Як система символів, мова виражається і сприймається передусім як звуковий код, і вже пізніше, через навчання письма й читання – як візуальний код. Мова невіддільна від культури: вони глибоко споріднені через поняття і значення. Пізнання власної культури та культур інших народів для кожної людини починається зі спостереження, сприйняття, інтерпретації

та засвоєння мови. Мова має свої обмеження і логіку в семантичних елементах і синтаксичних зв'язках, але вони не є жорсткими. Структуруючи комунікацію і свідомість, забезпечуючи спільні понятійні поля та цілісність культури, мова, разом з тим, не детермінує мислення чи поведінку людини. Як і всі символічні форми, мова є ресурсом для соціальної побудови або деконструкції культури.

Перші спроби осмислення комунікативної функції мови належать античним філософам: це діалоги Платона і «логос» Геракліта, праці Аристотеля й «лектон» стоїків. У знаменитій суперечці середньовічних номіналістів та реалістів також відбувався пошук істини щодо комунікативної природи мови. Однак, лише Новий час розкриває мову як феномен людської культури, зокрема, через *діяльнісно-енергетичну концепцію Вільгельма фон Гумбольдта*. Вчений вважав мову посередником між людиною й безкінечною природою, між окремими індивідами. За Гумбольдтом, мова є системою символів, яка у власному бутті знімає протилежності «індивідуального» й «загального», «об'єктивного» та «суб'єктивного». «Ідея, з одного боку, й чуттєве утворення індивідів будь-якого виду, з іншого, можуть привести до відкриття одного через інше – одна в якості причини утворення, інше в якості символу. Суперечка свободи та природної необхідності не може бути задовільно розв'язана ні за допомогою досвіду, ні за допомогою розуму» [3; с.85], а, отже, лише через символ. Розуміючи мову як орган утворення думки, Гумбольд підкреслює залежність мови від мислення, а також те, що мова є засобом не зобразити вже відому істину, а швидше, відкрити ще не відому. Причому ця відмінність є не відмінністю звуків і знаків, а власне поглядів на світ. Мова кожної окремої людини виражає індивідуальний світогляд, а цілісність різних світобачень утворює єдність досяжного для людства поняття об'єктивності. Так суб'єктивність усього людства стає для Гумбольдта об'єктивною в культурі. У працях Гумбольдта закладений провідний методологічний принцип сучасного розуміння мови, який полягає в тому, що людина може прилучатися до багатства як класичної, так і сучасної культури лише за допомогою мови [83].

Друге відкриття Гумбольдта пов'язане з тим, що кожна мова має свою «внутрішню форму», специфічну структуру (граматичний стрій) і притаманні їй способи словотворення, які обумовлені «самобутністю народного духу». На думку Гумбольдта, мислення обумовлене кожною конкретною мовою, що містить у собі власну національну класифікаційну систему. Оволодіваючи іншими мовами, людина, за Гумбольдтом, розширяє «діапазон людського існування», розвиває здатність осягати за допомогою мови – через «мовне світобачення» – картини світу іншого народу. «Людина переважно живе з предметами так, як їх йому подає мова, – писав Гумбольдт. – Кожна мова описує навколо народу, якому вона належить, коло, звідки людині дано вийти лише остільки, оскільки вона вступає в коло іншої мови»<sup>6</sup>.

<sup>6</sup>Цит. за: <http://www.csu.ru/Lingvo/part4/lingvocard.5.htm>



Таким чином, В. фон Гумбольдту належить дві основні тези: 1) мова є втіленням «духу народу», його національної культури, яка через мову передається нащадкам; 2) мова відіграє важливу роль у пізнанні дійсності, формуванні «картини світу», яка створюється під впливом тієї чи іншої мови. Ідіотнізм трактування мови (перша теза) гармонійно поєднується у Гумбольдта з універсалізмом (друга теза), адже, за його словами, «...існує лише Одна мова, так само, як є лише Один род людський, і будь-яка розбіжність між расами не усуває ні поняття людства, ні можливість регулярного розмноження. Це стає ще більш зрозумілим, якщо подумати про те, що умови довкілля, які впливають на людину й тим самим на її мову, за великим рахунком, ті ж самі, що й засоби, якими користуються всі мови як звуками... У всіх мовах тому трапляється одноманіття, й було б даремним сподівання віднайти в будь-якій з мов щось абсолютно нове» [84; с.59].

Глибше, аніж будь-хто в ХХ сторіччі, зрозумів і розвинув ідеї В. Гумбольдта видатний український лінгвіст, естетик і філософ **Олександр Потебня**. Відправною точкою для О. Потебні стала ідея В. Гумбольдта про те, що мова є органом утворення думки. Всебічне і конструктивне дослідження в цьому напрямку підводить О. Потебню до розв'язання питань щодо походження мови, до констатації того, що спроба усвідомити початок людської мови неможлива без з'ясування значення слова для думки і рівня його взаємозв'язку і взаємозалежності як із духовним життям взагалі, так і нації зокрема. Вчений писав: «Відомо, що істина, здобута працею багатьох поколінь, потім легко дається навіть дітям, у чому й полягає сутність прогресу; але менш відомо, що цим прогресом людина зобов'язана мові. Мова є тому ж умовою прогресу народів, чому вона орган думки окремої особи. Легко переконатися, що широке підґрунтя діяльності нащадків, що готується предками, – не в спадковості й фізіологічних розташуваннях тіла і не в матеріальних пам'ятках попереднього життя. Без слова людина залишилася б дикуном...» [85; с.182-183].

Згідно з концепцією О. Потебні, мова – це основний засіб управління поведінкою людей, пізнання дійсності та самосвідомості особистості. Вчений, розвиваючи концепцію ідіотнізму В. Гумбольдта, розглядає мову у зв'язку з історією народу, в тісному єднанні з розвитком людської думки. Фундаментальним положенням концепції О. Потебні є твердження про те, що мова становить особливу форму людської діяльності. «Мова є засіб не виражати готову думку, а створювати її... Вона відображає не світоспоглядання, яке склалося, а діяльність, яка його складає». Вважаючи мову явищем індивідуального творчого мовленнєвого акту, вчений всіляко підкреслював естетичний фактор мови, яка, на його думку, є «першоелементом» духовної культури. Творення мови, по суті, може сприйматися як різновид естетичної творчості, адже «мова є стільки ж діяльність, скільки й твір» [85; с.24].

О. Потебня ввів до наукового обігу такі поняття, як «мова культури», «мова мистецтва», «мова поетичної творчості» тощо. Задовго до ХХ сторіччя О. Потебня вказував на першочергове значення символів і знаків у людському житті й культурі. Виходячи з аналогії між мовною та художньою творчістю, О. Потебня доходить

висновку, що митець у процесі словесної творчості йде не від ідеї до її художнього втілення, а сам твір під час його народження «проясняє» для автора ідею, смисл того художнього змісту, творцем якого він є. Мистецька ідея немов би виростає з матеріалу творчості.

О. Потебня був чи не першим, хто ввів в естетику асоціативний принцип. Аналізуючи комунікаційну систему «митець – твір – реципієнт», учений показує складний, діалектичний характер естетичного сприйняття, специфіка якого, на його думку, полягає в тому, що в акті сприйняття «той, хто слухає, може набагато краще за того, хто говорить, розуміти, що приховано за словом, і читач може краще від самого поета осягнути ідею його твору» [85; с.153]. Реципієнта, здатного завдяки асоціативному сприйняттю охопити весь образний спектр твору, О. Потебня вбачав у мистецтвознавці, літературному, художньому, музичному критикові. Отже, поняття мови культури, висунуте О. Потебнею, сягає широкого тлумачення терміну «мова». До мов культури відносять мови живопису, музики, поезії, танцю, кіно тощо, а також мову управління культурою, оскільки ефективно планування та прогнозування (тобто управління) в галузі культури неможливе без розуміння та володіння різними мовами культури. Кожна з цих мов у специфічній, властивій лише їй формі виступає носієм певного виду соціокультурної інформації, що виробляється тією культурою, до якої вони (мови) належать. Мови культури в своїх кодово-інформаційних та знаково-символьних системах фіксують відповідний ступінь розвитку суспільства, транслюють наступним поколінням знання, вміння, досвід, нормативні вимоги моралі і права тощо.

Ю. Габермас розрізняє два рівні використання мови: когнітивний та інтерактивний. Перший з них пов'язаний з фактологічною основою інформації і контролюється вимогами істинності; другий – з аспектом відносин, які виникають у зв'язку і з приводу висловлювання, що забезпечується його непротирічливістю соціокультурному контекстові. На думку Ю. Габермаса, багато дослідників помиляються відносно того, що комунікаційний процес протікає лише на одному рівні, а саме: на рівні трансляції змісту. Насправді ж, чи не обов'язковою процедурою нашого мовного досвіду є відділення факту від оцінки, від проекції ефекту його повідомлення, тобто інтерактивна взаємодія з повідомленням, реакція на нього. Будь-яке повідомлення не тільки передає відомості і знання чогось, але й володіє певною силою впливу, яка міститься в самому акті висловлювання. У залежності від того, акцентується перший чи другий рівень, використовуються відповідні типи лінгвістичних конструкцій – речень, придатних для специфічного обслуговування тієї чи іншої структури. Якщо на когнітивному рівні використання мови переважають констативні висловлювання, то на інтерактивному – висловлювання з особливою силою впливу, т.зв. перформативні речення або фрази, які вже самі по собі означають або демонструють певні дії («забороняю», «звинувачую», «дозволяю» тощо).

Незважаючи на те, що природна мова являє собою неоднозначну символну систему, її реалізації в комунікативних подіях обох рівнів – когнітивного та інтер-

активного – зазвичай приводять до взаємної згоди комунікантів щодо трактування мовних значень. Цьому сприяє культурно обумовлена комунікативна компетентність – декілька видів загальних знань, які є спільними для комунікантів. По-перше, знання власне символічної системи – мови, в термінах якої відбувається комунікація; по-друге, знання будови зовнішнього світу. Спільність базових знань про світ пояснює принципову можливість перекладу повідомлень з однієї мови на іншу і можливість розуміння між членами однієї мовної спільноти, котрі користуються однією символічною системою. Знання більш специфічні, але спільні для тієї чи іншої групи людей, дають опору при породженні та інтерпретації повідомлень. Ці групові (або «культурні») знання категоричним чином визначають те, як інформація, що поступає до індивідуума, інтерпретується та як формується мовно-розумовий імпульс при народженні повідомлення.

Отже, мова містить у собі як жорстку структуру, яка забезпечує комунікативний базис культури, так і потенційну можливість до нескінченних перетворень, що дозволяє створювати різноманітні картини світу.

Принципово іншим, ніж у школі гумбольдтіанства (до якої, крім О. Потебні, зараховують німецьких та американських дослідників Л. Вайсбергера, Й. Тріра, Е. Сепіра, Б. Уорфа та ін.), був підхід до мови швейцарського лінгвіста **Фердинанда де Соссюра**. Теоретичні праці Ф. Соссюра ознаменували поворот лінгвістики від історичного й порівняльного вивчення мов у їх розвитку (тобто діакронії) до аналізу мовної синхронії, тобто структури конкретної мови в певний момент часу. Ф. Соссюр першим послідовно розмежував синхронічний та діакронічний підходи до мови, що здійснило революцію в лінгвістиці. У «Курсі загальної лінгвістики»<sup>7</sup> Ф. Соссюр доводить, що діакронічне дослідження повинно ґрунтуватися на ретельно виконаних синхронічних структурних описаннях. Учений вважав, що дослідження змін, які відбуваються в історичному розвитку мови, неможливе без уважного синхронного аналізу мови в певні моменти її еволюції. Співставлення ж двох різних мов можливо лише на основі попереднього прискіпливого синхронного аналізу кожної з них. Нарешті, за Ф. Соссюром, лінгвістичне дослідження лише тоді адекватне предметові, коли враховує як діакронічний, так і синхронічний аспекти мови. Запропонований Ф. Соссюром метод синхронних структурних описань, при всій значимості нових теорій і концепцій, що з'явилися пізніше, відіграв визначальну роль у лінгвістичних дослідженнях майже всього ХХ ст., а його автора дозволив визнати одним із фундаторів як усієї сучасної лінгвістичної науки, так і її потужного методологічного напрямку – структуралізму.

Друге важливе відкриття Ф. Соссюра – розрізнення між знанням мови її носієм та використанням мови в повсякденній практиці. Ф. Соссюр підкреслював,

---

<sup>7</sup>Ця книга, в якій перу самого Ф. Соссюра не належить жодного рядка, є реконструкцією лінгвістичного курсу, складеного за записами студентів, учнями вченого Шарлем Баллі та Альбертом Сеше. Опублікована в 1913 році.

що лінгвісти повинні відрізнити набір одиниць, які утворюють граматику мови та використовуються всіма її носіями при побудові фраз даною мовою, від конкретних висловлювань конкретних промовців, які є варіативними й непередбачуваними. Загальний для всіх, хто говорить, набір одиниць Ф. Соссюр називав *мовою*, а конкретні висловлювання індивідуальних носіїв мови – *мовленням*. Саме мова, а не мовлення, за Ф. Соссюром, є істинним об'єктом лінгвістики, оскільки адекватний опис мови повинен відображати систему елементів, відому всім її (мови) носіям. Ф. Соссюр писав: «Наше визначення мови передбачає усунення з поняття «мова» всього того, що є чужим її організму, його системі, – одним словом, того, що відомо під назвою «зовнішньої лінгвістики», хоча ця лінгвістика й займається дуже важливими предметами й хоча саме її головним чином мають на увазі, коли приступають до вивчення мовленнєвої діяльності»<sup>8</sup>.

Ф. Соссюр, котрий одним із перших звернув увагу на знаковий аспект мови, також стояв у витоків нової наукової дисципліни – семіотики. Вже перші соссюрівські визначення, що пов'язують думку, мову й знак, покликані продемонструвати надскладний механізм, на основі якого відбувається діяльність природної мови. Лише об'єднання думки і знака на основі посередника – мови – приводить потік думки до розділення на поняття (уявлення), а мовний потік – на знаки (слова). Так формується найважливіша властивість знака – означати, незалежно від контексту. Одна з найбільш фундаментальних тез теорії Ф. Соссюра стосується мовного знака – слова. Ф. Соссюр порівнює слово з двосторонньою медаллю, одна сторона якої – зовнішня, що звучить або є зримою, друга – внутрішня (психічна). Перша – це звучання або написання слова, друга – його смисл або значення.

Теорія знака як єдності означуваного та означника формувалася задовго до Ф. Соссюра й продовжувала розвиватися після опублікування «Курсу загальної лінгвістики», однак, основні ідеї Ф. Соссюра, по суті, залишилися незмінними. Зокрема, розробка поставленого Ф. Соссюром питання чинників недоторканності мови (серед них вчений вказує на множинність мовних знаків, на відміну від алфавіту, що складається з 20-40 букв) лише підтвердила соссюрівську ідею. Багатократно й у найрізноманітніших сферах дії законів семіотики підтверджувалася винайдена Ф. Соссюром властивість знака – здатність означати, незалежно від контексту [86]. Так, саме ця ознака виявляється вирішальною для розрізнення Ю. Лотманом типів комунікації на досеміотичні, в основі яких перебувають пов'язані між собою елементи, нездатні до автономного буття, та семіотичні, де кожний елемент є повністю самостійним, автономним.

Взагалі, розвиваючи ідеї Ф. Соссюра й застосовуючи їх у власній теорії комунікації, Ю. Лотман вважав, що якщо метою комунікаційного акту є досягнення взаєморозуміння, згоди, солідарності, то наявність спільної для учасників комунікації

<sup>8</sup>Цит. за: <http://www.csu.ru/Lingvo/part4/lingvocard5.htm/>

кодової системи – мови – є обов'язковою. У разі спрямованості комунікації на отримання нового знання, відкриття інших уявлень про світ, тобто на розвиток культури, обов'язковість цієї умови втрачається. Як писав Ю. Лотман, «користь партнера по комунікації полягає в тому, що він інший. Колективна вигода учасників комунікаційного акту є в тому, щоб розвивати нетотожність тих моделей, у формі яких відображається зовнішній світ у їхній свідомості. Це досягається при незбіганні кодів, що утворюють їхню свідомість. Щоб бути взаємно корисними, учасники комунікації повинні «розмовляти різними мовами». Таким чином, з розвитком культури губиться перевага простої системи – адекватність взаєморозуміння між учасниками комунікації. Більше того, весь механізм культури, що робить одну індивідуальність необхідною для іншої, буде працювати в бік збільшення своєрідності кожної з них, що потягне за собою природне утруднення в комунікації» [87; с.45]. Вихід із цієї складної, але необхідної для розвитку культури ситуації бачиться Ю. Лотману у створенні мета-мовних механізмів і у виникненні спільної мови – суміші з двох різних і спеціалізованих підмов. Сукупність цих двох, однотипних за структурою механізмів і утворює «надіндивідуальний інтелект» – культуру.

Особливо яскравим виявився вплив В. Гумбольдта та Ф. Соссюра на лінгвістичні дослідження в галузі синтаксису – розділу граматики, що вивчає внутрішню структуру та загальні властивості речення. Отто Есперсен, автор монументальних праць із синтаксису та історії англійської мови, намагався, розвиваючи ідеї В. Гумбольдта, виділити властивості «мови взагалі». О. Есперсен також досліджував взаємовідносини логічних і граматичних категорій з точки зору відносин між мовою і мисленням. О. Есперсен розумів синтаксис як розділ граматики, в якому явища мови розглядаються в напрямку від значення (функції) до форми, тобто відбивається смисловий бік мовлення. Учений пропонував розглянути граматичні проблеми у співвідношенні з категоріями значущих слів (замість класів слів), дотримуючись принципу тісного зв'язку між звучанням та смислом. Розуміння синтаксису як функціонального аспекту мовлення не збігалось з існуючими в той час (30-і роки ХХ сторіччя) синтаксичними теоріями й було піддано критиці. Проте, есперсенівські теорії «трьох рангів» та різних типів зв'язку слів у реченні стали прообразом сучасних принципів лінгвістичного моделювання, що характеризують як мову в цілому, так і різні її рівні зокрема. Особливий інтерес для нашої роботи викликає «теорія прогресу» в мові О. Есперсена, згідно з якою всі мовні зміни спрямовані на полегшення умов комунікації і тому є прогресивними. Категорично заперечуючи ідею мови як незалежного організму, дослідник акцентував увагу на соціальній природі мовного феномена та мовній активності індивідуума, чією метою є комунікація з іншими індивідуумами для передачі їм своїх думок, почуттів і бажань. Вивчення мовного онтогенезу приводить О. Есперсена до думки про повільну, але стійку тенденцію прогресу, що рухає мову до все більшої ясності, впорядкованості та легкості [88]. Таким чином, одним із основних теоретичних постулатів О. Есперсена є уявлення про прогрес як рух уперед, до ідеального становища, коли мінімум

зусиль з боку промовця приводить до досягнення максимального впливу на слухача. Теорія прогресу О. Єсперсена склала основу мовної еволюції – нового розділу мовознавства, що сформувався наприкінці ХХ сторіччя.

**Люсьєн Теньєр** розглядав синтаксис як особливий рівень описання мовної системи, проміжний між поверховим лінійним порядком елементів та семантичним рівнем. У ґрунтовній праці «Основи структурного синтаксису» (1959) у ролі головного поняття синтаксису виступає синтаксичний зв'язок, що визначає залежність одного слова від іншого і дозволяє авторові сформулювати концепцію присудка як центру речення, від якого залежать не лише інші члени речення, а й підмет. Учений вважав, що в ситуації, яка є предметом опису, промовець виділяє в першу чергу дію (процес). Звідси й висновок про центральну роль дієслова в реченні. Згідно з теорією Л. Теньєра, «дієслівний вузол» складається з присудка, обов'язкових залежних членів – актантів і необов'язкових залежних членів – сірконстантів. Різні дієслова здатні приєднувати різну кількість актантів. Для визначення здатності дієслова приєднувати до себе актанти Л. Теньєр вводить поняття валентності, запозичуючи його з хімічної термінології. Л. Теньєр також розробив теорію стемми або «структурного порядку» речення, називаючи цим поняттям такий стан новостворюваного речення, який передує його «лінійному порядку». На думку вченого, перетворення структурного порядку на лінійний здійснює кожний промовець, а зворотне перетворення лінійного порядку на структурний або конструювання стемми є обов'язковим для розуміння мови. Л. Теньєру належить також метафоричне порівняння речення з маленькою драмою, в якій є дія, актори й декорації [89].

**Вілем Матезіус** вважав, що до кожної ситуації в процесі фразоутворення промовець підходить суб'єктивно. Він може поставити в центр своєї уваги як «дію», так і «акторів» або «декорації», користуючись порівнянням Л. Теньєра. Кожний із цих елементів дійсності може послужити для промовця основою граматичного суб'єкта. Таким чином, В. Матезіус розробляв функціональний підхід до мови, розглядаючи її з точки зору ролі в спілкуванні. В. Матезіус одним із перших звернув увагу на існування функціональних варіантів у літературній мові і назвав їх функціональними стилями. Підкреслюючи, що функція і форма в мові невіддільні одна від одної, В. Матезіус пропонує йти від функції до формальних засобів, за допомогою яких ця функція виявляється. Такий метод дозволяє побачити величезне багатство й різноманіття існуючих у мовах засобів виразності і створює основу для особливого типу співставлення мов, який В. Матезіус називає «характерологічним» через його здатність демонструвати своєрідність порівнюваних мов, їх несхожість і унікальність. У цьому В. Матезіус був близьким мовній концепції В. Гумбольдта, котрий писав про «характер мови»: «...у відповідності до індивідуальної неповторності того способу, яким дух виражає себе через мову, остання дістає забарвлення й характер» [90; с.162]. Разом з тим, В. Матезіус висловлював ідеї, близькі до структуралізму Ф. Соссюра (зокрема, в частині необхідності розмежування синхронії та діахронії в мовознавстві, хоча сам прагнув не стільки до розмежування, скільки до

органічного поєднання цих підходів) [91]. Важливою частиною теоретичної системи В. Матезіуса виступає «функціональний синтаксис», головним предметом якого є стадія створення речення, пов'язана головним чином зі встановленням порядку слів у реченні. Основним чинником такого порядку В. Матезіус вважав актуальне членування речення, при якому виділяється спочатку те, що вважається відомим або може бути легко зрозумілим (відправна теза, основа, тема), потім те, що повідомляється про відправну тезу висловлювання (ядро, рема), та елементи переходу. Актуальне членування речення протиставляється формальному поділу на граматичні елементи [92]. Загалом, теорія актуального членування речення В. Матезіуса стала історично першим і найбільш відомим підходом до описання комунікативної організації висловлювань у складі зв'язного тексту, що виходить із вираження конкретного смислу в контексті даної ситуації. Ця теорія справила значний вплив на розвиток традицій Празького лінгвістичного гуртка, очолюваного В. Матезіусом.

Таким чином, мова – це складова частина культури, основний інструмент і спосіб її засвоєння, звуковий та візуальний код трансляції досвіду, в якому виражені специфічні риси національної ментальності та історично сформоване ставлення до явищ дійсності. Культура може розглядатися як ієрархія її мов (семіотичних систем) або як ієрархічна система «текстів», створених мовами даної культури. Найбільший вплив на розвиток мовознавчих досліджень у ХХ сторіччі мали діяльнісно-енергетична концепція В. Гумбольдта та знаково-структуралістський метод Ф. Соссюра. Саме ці два підходи розуміння мови – як засобу прилучення до багатств культури, формування «картини світу» (ідіотетизм та універсалізм В. Гумбольдта) та як посередника між думкою й знаком (теорія мовного знака Ф. Соссюра) – стали визначальними для даної роботи.

### **Роль тексту в комунікаційних процесах: між дискурсом та інтерпретацією**

Мова як система знаків є основою для творення та функціонування *тексту*. Поняття тексту є одним із надзвичайно розвинутих у лінгвістиці, семіотиці, філософії, літературознавстві та інших науках, які оперують як розширеними, так і гранично звуженими його трактуваннями. В окремих гуманітарно-соціальних дисциплінах поняття тексту через частоту його вживання почало використовуватися як метафора. Не випадково в атмосфері гуманітарного знання виникла ідея науки про Текст, до якої схилилися представники російського формалізму, американської нової критики, французького структуралізму, а нині наполягають прихильники рецептивної естетики, семіотичних теорій інтерпретаційного співробітництва та інших наукових галузей. Ця ідея лунала в роботах М. Бахтіна і Ю. Лотмана, Ю. Кристевої та Р. Барта, У. Еко, Ж.-Ф. Ліотара і навіть Ж. Дерріди, для якого межі між науковими і літературними площинами уявляються відкритими на основі письма.

Як відзначає Ж.-Ф. Ліотар, ледве з'явившись на світ, дитина включається у про-

цес виробництва текстів і співвіднесення з іншими. Перший текст, що позиціонує її з іншими – її власне ім'я. «Незалежно від того, молода людина чи стара, чоловік це чи жінка, багата чи бідна, вона завжди виявляється на «взулах» ліній комунікації, якими б малими вони не були. Краще сказати: людина є розміщеною в пунктах, через які проходять повідомлення різноманітного характеру. І навіть найбільш знедолений ніколи не буває позбавленим влади над повідомленнями, які проходять через нього і позиціонують його, – будь то позиція відправника, одержувача чи референта» [93].

У суспільстві, де інформаційно-семантичне виробництво грає одну з головних ролей, текст як вихідний матеріал і продукт виробництва набуває статусу універсального засобу обміну. У процесі багаторівневої комунікації текст інституалізується, набуває своїх власних функцій та структури. З набору знаків, що несуть певну інформацію й виконують допоміжну функцію в інших соціальних структурах, текст перетворюється на самостійну соціальну структуру.

Попри всі розбіжності у визначеннях та інтерпретаціях тексту існує певне узагальнене уявлення про текст як відносно завершену письмову конструкцію, за якою стоїть загальнозрозуміла (тобто обумовлена в межах даного колективу) система знаків – мова. Однак, використовуючи мову, текст не зводиться до неї: мова є лише засобом для побудови текстових конструкцій. Про одну з принципових і чи не найголовнішу відмінність мови від тексту писав ще М. Бахгін: «Будь-яка система знаків (тобто будь-яка мова), на який вузький колектив не спиралася б її умовність, принципово завжди може бути розшифрована, тобто перекладена на інші знакові системи (інші мови); отже, є загальна логіка знакових систем, потенційна єдина мова мов (яка, звичайно, ніколи не може стати конкретною одиничною мовою, однією з мов). Але текст (на відміну від мови як системи засобів) ніколи не може бути перекладений до кінця, бо немає потенційного єдиного тексту текстів» [20; с.300-301].

Ю. Лотман виводить два підходи до визначення тексту відносно мови. При першому «мова мислиться як деяка первинна суть, що отримує матеріальне інобуття, уречевлюючись (стаючи річчю) в тексті... При цьому розмаїтті аспектів і підходів тут виділяється загальна презумпція: мова передує текстові, мова народжує текст... З цієї презумпцією пов'язане уявлення про мову як замкнену систему, що безмежно збільшує кількість текстів» [94; с.430]. При другому «текст мислиться як відмежоване, замкнене в собі завершене утворення. Однією з основних його ознак є специфічна іманентна структура, що тягне за собою високу значеннєвість категорії межі («початку», «кінця», «рампи», «рами», «п'єдесталу», «куліс» тощо)... Змінюється співвідношення тексту і коду (мови). Усвідомлюючи певний об'єкт як текст, ми припускаємо, що він якимось закодований, презумпція кодованості входить до поняття тексту. Але сам цей код нам невідомий – його ще треба буде реконструювати, ґрунтуючись на даному нам тексті» [94; с.430-431]. Ці два підходи пов'язані принаймні з двома основними функціями тексту: адекватною передачею значень і продукуванням нових змістів. Ідеальним випадком дії першої функції є використання



штучних мов, при якому коди того, хто говорить, і того, хто слухає, збігаються найбільш повно, а однозначність тексту є максимальною. Текст із домінуючою другою функцією, яка передбачає вироблення нових змістів, «...завжди багатший від будь-якої окремої мови й не може бути з неї автоматично вилучений. Текст – семіотичний простір, у якому взаємодіють, інтерферують та ієрархічно самоорганізуються мови... Текст як генератор смислу, механізм, що мислить, щоб бути залученим до роботи, потребує співрозмовника. У цьому глибоко діалогічна природа свідомості як такої. Щоб працювати, свідомість потребує свідомості, текст – тексту, культура – культури» [94; с.433–434]. Таким чином, через дослідження особливостей функціонування мови й тексту Ю. Лотман виходить на одну з найсуттєвіших характеристик тексту, що криються в його діалогічній природі.

Не менш важливою для розуміння комунікаційних процесів, ніж з'ясування відмінностей між текстом і мовою, є розкриття співвідношень між текстом і повідомленням. Під поняттям *повідомлення* в теорії інформації і комунікації розуміють «скінченну впорядковану множину елементів сприйняття, взятих із певного «набору» (контексту) й об'єднаних у певну структуру» [67; с.40]. До категорії повідомлень може бути віднесене широке коло знакових структур – від розповідної фрази до жесту, звуку, лінії, кольору тощо. За допомогою засобів масової комунікації і зв'язку будь-яке повідомлення може бути піддане фіксації (або реєстрації), консервації й тиражуванню, а також миттєвій передачі.

Відносини між повідомленням і текстом подібні до тих, що існують між знаком і символом; тому, перефразовуючи А.Лосева, можемо сказати, що будь-який текст є повідомленням, але далеко не кожне повідомлення є текстом. А Ю. Лотман відзначав, що «...для того, щоб дане повідомлення могло бути визначене як «текст», воно повинно бути як мінімум двічі закодоване» [95]. І наводив у якості прикладу закон, що одночасно належить і природній, і юридичній мові, отже, має всі підстави називатися текстом.

Представники семіотики розглядають текст як повідомлення, що передає художню інформацію: «цілісне й зв'язне повідомлення, спеціальним чином організоване для передачі й збереження інформації, називається текстом. Отже, текст, закодований кодом мови, тобто вербальний, і такий, що відповідає властивостям каналу, іменованого літературою, є літературно-художній текст, а текст, що відповідає властивостям симфонічної музики, є симфонічний текст» [96; с.326]. Головним конститутивним чинником тексту є його комунікативне призначення.

Усвідомлення повідомлення як «тексту», на думку Б. Гаспарова, немов накладає герметичну рамку на весь його значеннєвий матеріал. Цей матеріал, яким би різноманітним і великим він не був, виявляється «замкненим» у рамці того, що усвідомлюється як «текст». У цій свого роду семантичній «камері» кожний елемент, що потрапляє до неї, вступає в безпосередній зв'язок із множиною таких елементів, із якими він ніколи б не вступив у контакт поза цим, неповторним та унікальним цілим. Відбувається тотальна фузія змістів, внаслідок якої кожний окремий компонент

вступає в такі зв'язки, повертається такими сторонами, виявляє такі потенціали значення й значенневих асоціацій, яких він не мав поза й до цього процесу» [97; с.326].

Подібні думки знаходимо й у М. Бахтіна: «У кожному висловлюванні – від однослівної побутової репліки до великих, складних творів науки або літератури – ми охоплюємо, розуміємо, відчуваємо мовний задум або мовну волю того, хто говорить, яка визначає ціле висловлювання, його обсяг і його межі. Ми уявляємо собі, що хоче сказати той, хто говорить, і цим мовним задумом, цією мовною волею (як ми її розуміємо) ми й вимірюємо завершеність висловлювання» [98; с.270].

Грунтуючись на основних характеристиках та принципах функціонування повідомлень і текстів, можемо визначити відмінності між цими двома поняттями і явищами на основі наступних критеріїв: актуальність (новизна), форми існування і типи фіксації, обсяг, спрямованість, очікувана реакція (див. таблицю 1.2).

Табл. 1.2

<i>Критерії</i>	<b>ТЕКСТ</b>	<b>ПОВІДОМЛЕННЯ</b>
<i>Актуальність (новизна)</i>	Актуальність з плином часу не втрачається: розміщений в інших часових обставинах, текст відкриває свої нові, невідомі раніше грані. Крім того, текст може існувати й за межами власне комунікаційного акту, в законсервованому вигляді, чекаючи своєї актуалізації в комунікації.	Актуальне лише в момент комунікування й існує тільки в комунікаційному акті. Актуальність повідомлення з плином часу може втрачатися.
<i>Форми існування й типи фіксації</i>	Обов'язково письмова знакова конструкція.	Різноманітні форми: друковане, усне, жестове, звукове, сигнальне тощо; може спиратися на вербальні і невербальні засоби комунікації.
<i>Обсяг</i>	Надзвичайно широкі, іноді безмежні обсяги інформації (наприклад, один «текст» у літературі, юриспруденції може сягати десятків томів). Текстом може бути як конкретний твір, так і вся сукупність творів, змістовний обсяг культури в цілому (у найширшому значенні цього терміну).	У сучасному світі намітилася тенденція до скорочення обсягу повідомлень, які стають усе більш лаконічними, стислими, іноді навіть гранично редукованими до однієї структурної одиниці – фрази, слова тощо (як, наприклад, повідомлення, що відправляються електронною поштою чи через мобільний зв'язок).

<i>Спрямованість</i>	Текст може бути спрямованим найширшій аудиторії, а може й не мати конкретного адресата, бути самодостатнім. Для тексту важливішою є проблема автора.	Повідомлення обов'язково до когось спрямоване, воно щось комусь «повідомляє». Тут більш значущою є проблема адресата.
<i>Очікувана реакція</i>	Розуміння, вміння розкодувати авторські підтексти, мотиви, інтенції.	Уміння адресата адекватно сприйняти, розшифрувати повідомлення та діяти відповідно до інформації або вимог, які містяться в ньому.

Компаративний аналіз понять тексту і повідомлення можна доповнити порівнянням їх соціально-комунікаційних функцій. Р. Якобсон виділяє референтивну, емотивну, владну, фатичну, металінгвістичну та естетичну функції повідомлення [99; с.326]. Референтивна функція має місце тоді, коли повідомлення означає реальні речі, включаючи культурні явища, емотивна – коли метою повідомлення є виклик емоційної реакції. Повідомлення владного типу являє собою наказ, повеління; повідомлення з домінуючою фатичною функцією прагне підтвердити, засвідчити сам факт комунікації (до цього типу належить більша частина формул етикету, вітань і побажань); металінгвістична функція виступає на перший план, якщо предметом повідомлення є інше повідомлення. Якщо ж повідомлення побудоване так, що виявляється неоднозначним і направленим саме на себе, тобто прагне привернути увагу адресата до того, як воно побудоване, то це – повідомлення з естетичною функцією. Всі ці функції можуть співіснувати в одному повідомленні, що часто й трапляється в повсякденній практиці. При такому вільному переплетенні функцій якась одна, як правило, виявляється домінуючою.

Зазначені функції притаманні й текстові, якщо він виступає в ролі повідомлення, спрямованого від носія інформації до аудиторії. Проте, соціально-комунікативні функції тексту значно ширші й складніші. Ю. Лотман зводить їх до наступних процесів. Крім функції спілкування між адресантом і адресатом, текст, за Ю. Лотманом, виконує функцію колективної культурної пам'яті, комунікації між аудиторією й культурною традицією. В такій якості текст, з одного боку, виявляє здатність до безперервного поповнення, а з іншого, до актуалізації одних аспектів вкладеної в нього інформації й тимчасового або повного забуття інших. Текст може виконувати функцію медіатора, посередника в процесі спілкування читача з самим собою, що особливо характерно для традиційних, древніх текстів з високим ступенем канонічності. У ході такого спілкування текст, на думку Ю. Лотмана, актуалізує певні сторони особистості самого адресата, допомагає перебудові і зміні її структурної самоорієнтації та ступеня її зв'язку з метакультурними конструкціями. У випадку, коли текст виявляє інтелектуальні властивості, є високоорганізованим і являє собою зразок художньої вартості, він перестає бути лише посередником в акті комунікації.

Спіраючись на функцію автономності, текст як для автора (адресанта), так і для читача (адресата) може виступати в ролі самостійного інтелектуального утворення, стає рівноправним співрозмовником, котрий бере активну участь у діалозі.

Найбільш складним у функціональному відношенні є, за Ю. Лотманом, рівень спілкування між текстом і культурним *контекстом*. У даному випадку текст виступає в акті комунікації вже не як повідомлення, а як його повноправний учасник, суб'єкт – джерело або одержувач інформації. Текст може переходити з одного контексту в інший, що зазвичай трапляється з творами мистецтва. Будучи розміщеним в іншому культурному контексті, текст поводить себе як «... інформант, переміщений в нову комунікативну ситуацію, – актуалізує раніше приховані аспекти своєї кодової системи. Таке «перекодування самого себе» відповідно до ситуації розкриває аналогію між знаковою поведінкою особистості і тексту. Таким чином, текст, з одного боку, уподібнюючись до культурного макрокосму, стає значнішим від самого себе й набуває рис моделі культури, а з іншого, він має тенденцію здійснювати самостійну поведінку, уподібнюючись до автономної особистості» [100].

Взагалі, категорія контексту є надзвичайно важливою для розуміння поняття й комунікативних функцій тексту, адже «текст живе, лише стикаючись з іншим текстом (контекстом)» [101; с.384]. Контекст – це дійсність, загальний соціокультурний фон або філософська ситуація певного періоду й місця, які обумовлюють ту чи іншу організацію тексту. Контекст може бути соціальним, політичним, історичним, бібліографічним, художнім тощо, а його зв'язок із текстом – безпосереднім або опосередкованим. Контекст включає в себе феномени колективної свідомості – ідеології, тобто системи ідей, що виражаються в процесі комунікації, та обставини комунікації. Будь-якому намагання змінити повідомлення (текст) або встановити контроль за його джерелом повинна передувати зміна характеру комунікативного процесу через вплив на обставини, а яких отримується повідомлення. Іншими словами, зміна характеру комунікаційної взаємодії неможлива без зміни контексту.

Контекст будь-якої комунікаційної взаємодії виключає «одинокого» суб'єкта; навпаки, він передбачає певну діалогічну пару. Момент діалогічності підкреслював у цьому понятті й М. Бахтін, розуміючи під контекстом діалогічний «контакт текстів». На думку вченого, текст, особливо якщо це естетичний об'єкт, не дорівнює творові в усій його цілісності, оскільки твір включає також необхідний позатекстовий контекст, який «огортає» твір і в якому він розуміється й оцінюється. «Позатекстовий інтонаційно-ціннісний контекст може бути лише частково реалізований при читанні (виконанні) даного тексту, але в більшій своїй частині, особливо в своїх найбільш суттєвих і глибинних шарах, залишається поза даним текстом як діалогізуючий фон його сприйняття» [101; с.389-390]. М. Бахтін підкреслював персоналістичність контексту, порівнюючи його з нескінченним діалогом, де немає ні першого, ні останнього слова, а також звертав увагу на «нескінченне оновлення смислів в усіх нових контекстах» [101; с.392].

Таким чином, обмін знаковими і значущими посланнями – повідомленнями,

текстами тощо – відбувається в комунікації на тлі певного контексту. В умовах реальної присутності в комунікації цей обмін здійснюється в *дискурсі*. Настав час розглянути питання співвідношення понять тексту і дискурсу.

Якщо під текстом розуміють відносно завершену письмову знакову конструкцію, то під дискурсом – «відносно незамкнута відкрита мовна комунікація, що передбачає нарощення аргументів і пояснень» [102; с.45]. У лінгвістиці під дискурсом розуміють відрізок мови, більший за речення; постструктуралістська думка надає дискурсові ширшого смислу, охоплюючи сфери економіки, культури, історії тощо, а також певні умовні принципи, відповідно до яких дискурси класифікуються й репрезентуються в окремі періоди. І текст, і дискурс є різновидами вербальної діяльності, тому відокремленість цих понять одне від одного є, до певної міри, умовною, вони, скоріше за все виконують взаємодоповнюючі функції в пояснювальних структурах спілкування. Так, розгорнутий у часі дискурс, являючи собою немов би пролонговане обговорення, може здійснюватися шляхом обміну текстуально оформленими посланнями. Не декларують особливої відокремленості тексту й дискурсу представники лінгвістики, семіотики та похідних від них галузей науки. А підходи до загальної теорії комунікації, що йдуть від семіотичних досліджень Ч. Морріса, ззагалі орієнтовані на досвід спостереження текстуальних об'єктів, виявлення зовнішніх регламентацій їх конструювання.

Однак, певні відмінності між поняттями тексту і дискурсу все ж таки існують. П. Рікер вважає, що поняття дискурсу слід ввести хоча б для того, щоб з'ясувати розбіжності між мовою розмовною й письмовою [103; с.185-218]. На протигагу самодостатньої мовної системи, дискурс – це мова події, звернена до іншої людини, співрозмовника. Дискурс – переважно розмовне дійство, подія як така, а текст – закодована згадка, спомин про подію. П. Рікер виділяє чотири основні риси – відмінності між мовою й дискурсом, які конституують розмовну мову як подію, вчинок і які виявляються саме тоді, коли мова переводиться в дискурс. Знання цих відмінностей, за П. Рікером, здатне послужити суттєвою підмогою в розробці герменевтики події<sup>9</sup>. 1) Дискурс – це дещо тимчасове, яке розуміється виключно в теперішньому. Мова – позачасова система знаків. 2) Для мови не існує суб'єкта, в той час, коли дискурс відсилає до того, хто говорить, за допомогою різних індикаторів, наприклад, таких, як особиста вимова. 3) Мова відсилає лише до знаків усередині тієї ж системи; світ для неї відсутній так само, як відсутні час і суб'єкт. Дискурс же співвідноситься саме з ними. Він відсилає до світу, який повинен описувати і представляти. Саме в дискурсі реалізується символічна функція мови. 4) Мова є лише умовою комунікації, для якої вона забезпечує коди; дискурс – це власне комунікація, безпосередній обмін посланнями [103; с.187].

<sup>9</sup>Подібному поглядів на вербальну діяльність не суперечать теорії мовних актів та інтерпретація комунікативної дії Ю.Габрмаса.

Розшифровуючи першу позицію, П. Рікер підкреслює невлівимість дискурсу, його здатність з'являтися й зникати. Можливість зникнення дискурсу обумовлює необхідність його фіксації. Ось чому виникає проблема фіксації і збереження дискурсу. Стосовно другої тези П. Рікер зауважує, що в розмовному дискурсі авторська інтенція суб'єкта, що говорить, і значення дискурсу в повній мірі відповідають один одному. У письмовому дискурсі (тексті) ця відповідність порушується; між вербальним значенням і ментальною інтенцією виникає дистанція. «Не те, щоб ми отримували текст без автора: зв'язок між тим, хто говорить, і дискурсом не відмінений, але роздутий і ускладнений» [103; с.191]. Навіть у тому випадку, коли письмовий дискурс – текст – відсилає до того, хто говорить, дисоціація смислу та інтенції все ще зберігається. Текст прагне вийти за кордони обмеженого горизонту автора. Те, що повідомляє нам текст, означає щось більше, ніж мав на увазі автор. Вимоги узгодженості мови з намірами суб'єкта тут не реалізуються. Здавалося б, текст, позбавлений можливостей мовного дискурсу «сприяти» проясненню смислу за допомогою інтонації, манер, міміки, жестів, виявляється прозорішим у відношенні «врятованого» смислу. Текст передає одухотвореність дискурсу без фізичної або психічної участі автора. Однак, залишившись без явних вказівників того єдино правильного розуміння задуму, текст набуває багатозначності й уподібнюється до символу. Третє положення концепції дискурсу П. Рікера ґрунтується на тому, що дискурс відсилає нас до світу, або, конкретніше, до ситуації, спільної для співбесідників. В усному дискурсі її ключові моменти можуть бути продемонстровані рухами пальців, жестами, що означають обставини часу й місця. У тексті, в зв'язку з утратою найдрібніших деталей, ситуація звільняється від вузькості й обмеженості, розширюється до інших масштабів, що потребує нових рівнів виміру. П. Рікер, посилаючись на гайдегерівське розуміння дискурсу як проєкцію буття-в-світі, стверджує, що «саме писання в своїй свободі не тільки від автора, а й від переказу діалогічної ситуації виявляє це роздування дискурсу як проєкцію світу» [103; с.192]. Нарешті, остання теза П. Рікера підкреслює, що лише дискурс, а не мова, адресований будь-кому, що й є підґрунтям для комунікації. На відміну від розмовного дискурсу, текст адресований аудиторії, яка формується в результаті вміння її членів прочитати послання. Адресатом письмового дискурсу стає невідомий невидимий читач. Діалогічні обертони, якими наповнене мовне висловлювання (М. Бахтін), затихають у писанні.

Дослідження комунікаційних процесів у культурі повинно враховувати зазначені особливості дискурсу й тексту, розкриваючи їхні рельєфні прояви та фіксуючи випадки згладжування або нівеляції. Об'єктом інтерпретаційних зусиль дослідника соціокультурних явищ є, насамперед, тексти; однак, тексти культури в багатьох випадках орієнтовані на дискурс як рух до розуміння, їхнє смислове поле незавершене, відкрите для численних і різноманітних інтерпретацій. Особливості тексту й дискурсу зумовили структуру даного дослідження, в якому аналіз конкретних культурних текстів допомагає окреслити межі кількох «крупномасштабних дискурсів»,

регламентованих розгортанням комунікаційної діяльності в сучасній Україні.

Терміни «*інтертекст*» та «*інтертекстуальність*» вперше використала в своїх роботах Ю. Кристева, спираючись на текстологічні ідеї М. Бахтіна, зокрема, наступні висловлювання: «Текст як своєрідна монада, що відбиває в собі всі тексти (в межах) даної значеннєвої сфери. Взаємозв'язок усіх змістів (оскільки вони реалізуються у висловлюваннях). Діалогічні стосунки між текстами й усередині тексту. Їх особливий (нелінгвістичний) характер» [20; с.299]. «Автор літературного твору (роману) створює єдиний і цілий мовний твір (висловлювання). Але він створює його з різномірних, немовби чужих висловлювань. І навіть пряма авторська мова сповнена усвідомлених чужих слів» [20; с.310]. Розвиваючи ці ідеї М. Бахтіна, Ю. Кристева вводить поняття інтертексту, розуміючи під ним особливі діалогічні відносини текстів, які вибудовуються як мозаїка цитат, видозмінення інших текстів, орієнтації на контекст. Інтертекстуальність як включення одного тексту в інший може пов'язувати тексти різних епох і жанрів. В уявленні дослідниці «поетичне означуване відсилає до інших дискурсивних означуваних таким чином, що в поетичному висловлюванні стає прочитуваною велика кількість дискурсів. У результаті навколо поетичного означуваного створюється множинний текстуальний простір, елементи якого можуть бути введені в конкретний поетичний текст. Ми називаємо цей простір інтертекстуальним... У цій перспективі стає очевидним, що поетичне означуване не може розглядатися як приналежне до одного коду. Воно є місцем перетинання множини кодів (мінімум двох)...» [104; с.39]. Таким чином, Ю. Кристева розуміє інтертекст як простір перетину всіляких цитат, предметом яких є «...не конкретні фрази, абзаци або пасажи, запозичені з чужих творів, але всілякі дискурси, з яких, власне, й складається культура та в атмосферу яких незалежно від своєї волі занурений будь-який автор» [105; с.289]. Дослідниця стверджує, що навіть якщо тому, хто пише, не довелося прочитати жодної книги, він все одно перебуває під впливом оточуючих дискурсів, тому що будь-який текст за своєю природою – це інтертекст. Кристевський інтертекст динамічний, він пишеться в процесі читування чужих дискурсів, і тому «будь-яке слово (текст) є таким перетинанням інших слів (текстів), де можна прочитати щонайменше ще одне слово (текст) [105; с.290].

Поняття інтертексту з його глибоким проникненням усередину слова, що прийшло на зміну поняттям «літератури» і «тексту», стало одним з ключових у концепції Р.Барта. На думку дослідника, текстові притаманна множинність, яка викликана не двозначністю його змісту, а просторовою багатолінійністю елементів, з яких він зітканий. Прочитання тексту неможливе без цитат, посилань, відзвуків, якими є мови культури, що проходять крізь текст і створюють потужну стереофонію його звучання. Текст, за Р. Бартом, утворюється з анонімних невловимих і, разом з тим, вже читаних «цитат без лапок» [80; с.418], з безмежного числа культурних кодів, існування яких автор, як правило, навіть не усвідомлює. У свою чергу, текст завдяки своїм інтертекстуальним властивостям виявляється вплетеним у нескінченну тканину культури. На думку дослідника, «текстові притаманна багатозначність. Це

означає, що він має не просто кілька значень, але те, що в ньому здійснюється притаманна йому множинність смислу – множинність така, що не підлягає усуненню, а не та, що є тільки припущенням. У Текстів немає мирного співіснування смислів, значень – текст перетинає їх, рухається крізь них; відтак він не підкоряється навіть плюралістичному тлумаченню, у ньому відбувається вибух, розщеплення всіх смислів. Насправді множинність Тексту зумовлюється не двозначністю складників його змісту, а так би мовити, просторовою багатолінійністю означників, з яких він зітканий... він може бути собою тільки у власній неідентичності...; прочитання Тексту – дія одноразова (тож ілюзорною є будь-яка індуктивно-дедуктивна наука про тексти – текст не має «граматики»), і водночас його прочитання всуціль зіткане з цитат, посилань, відгону, все це – засоби висловлювання культури (а яка мова не є такою?), застарілі і нові мови проходять крізь, створюючи могутню стереофонію» [106; с.417-419]. Таким чином, текст, за Р. Бартом, – це простір без центру і дна, без початку й кінця, тобто, простір з величезною кількістю входів і виходів, жоден з яких не є головним. Це арена зустрічі для вільної інтертекстуальної гри гетерогенних культурних кодів.

О. Жолковський розробив типологію інтертекстуальних зв'язків, що можуть бути встановлені між різними творами: крім пошуків безпосередніх запозичень і алузій дослідник називає також «зіставлення типологічно подібних явищ (творів, жанрів, напрямків) як варіацій на загальні теми й структури», «виявлення глибинних (міфологічних, психологічних, соціально-прагматичних) прихованих причин аналізованих текстів», «вивчення зсувів цілих художніх систем, зокрема, опис творчої еволюції автора як його діалогу із самим собою й культурним контекстом» тощо [107; с.8]. О. Жолковський виявляє деякі типові контексти, мотиви, підтексти, архетипи тощо, врахування яких є бажаним при дослідженні конкретного тексту. На внутрішньотекстовому рівні це складові самого тексту – його частини, персонажі, параметри структури. Далі, за О. Жолковським, це: конкретний підтекст, із яким «грає» твір; жанр, у якому написаний твір і який автор намагається оновити; уся система інваріантних для автора мотивів, яка може бути піддана модифікації; впливовий сучасний соціокультурний контекст, у взаємодії з яким формується даний текст; глибинний (міфологічний або психологічний) архетип, реалізований у творі, можливо, з новаторськими варіаціями; увесь (авто)біографічний текст життя й творчості автора, особливою редакцією якого можна вважати аналізований літературний текст [107; с.10].

Отже, поняття «інтертекст» та «інтертекстуальність» є своєрідним підсумком досліджень природи тексту представниками лінгвістики, семіотики, структуралізму та інших наук. Інтертекстуальність – це властивість тексту, притаманна йому від самого початку, оскільки предметом цитації є різноманітні дискурси, з яких складається культура й в атмосферу яких незалежно від свого бажання занурений кожний автор. Будь-який текст є інтертекстом, бо він створюється в процесі зчитування чужих дискурсів; у тексті реалізується притаманна йому множинність



смислу, а інтертекстова структура, що не є наявною, виробляється відносно іншої структури М. Бахтін, Р. Барт, Ю. Кристева).

Що стосується проблеми *інтерпретації* – тлумачення, пояснення, розкриття смислу повідомлень і текстів, то це «безкінечно цікавий процес-подія, що здійснюється між текстом та його інтерпретатором» [108; с. 11]. Сучасні теорії інтерпретації, вибудовуючи різноманітні й оригінальні моделі відносин у комунікаційній системі «автор – текст – реципієнт», групуються за ознаками пріоритетності, домінування, переважаючого впливу якогось одного з компонентів цієї системи. Так, крицевим каменем традиційної («шкільної») критики є автор як основний інвестор значення тексту. Політичний і соціальний контекст створення тексту, біографія автора та його висловлювання про свій твір розглядалися як підґрунтя для реконструкції інтенцій автора. Цьому підходив була властива вульгарно-соціологічна віра в репрезентативність тексту, тобто здатність віддзеркалювати соціальну реальність і деякі переконання автора.

Для літературних теорій, появу яких надихнули російський формалізм, американська нова критика і французький структуралізм, пріоритетною була категорія тексту з його означуваними структурами і здатністю до породження смислу. Формальна структура тексту повинна була аналізуватися сама по собі й заради себе, роль реципієнта як споживача смислів при цьому ігнорувалася. Структуралізм у такому сенсі виявляється близьким до традиційного розуміння процесу інтерпретації як виявлення в творі його абсолютної художньої цінності.

Альтернативу структуралістській концепції тексту та його відносинам із читачем склала соціологія літератури 60-70-х років ХХ сторіччя. Твір у цілісності комунікаційних процесів розглядається як на етапі становлення, так і на стадії споживання; особливим значенням наділяється аналіз контексту.

Ще далі йдуть рецептивна естетика та літературна семіотика (прагматика) 70-х років, представлені іменами В. Ізера, М. Раффатера, Х.Р. Яусса, С. Фіша та інших. Рецептивний підхід полягає в тому, що значення повідомлення залежить від інтерпретаційних переваг реципієнта: навіть найпростіше повідомлення, висловлене в ході звичайного комунікаційного акту, спирається на сприйняття адресата, і це сприйняття певним чином детерміноване контекстом.

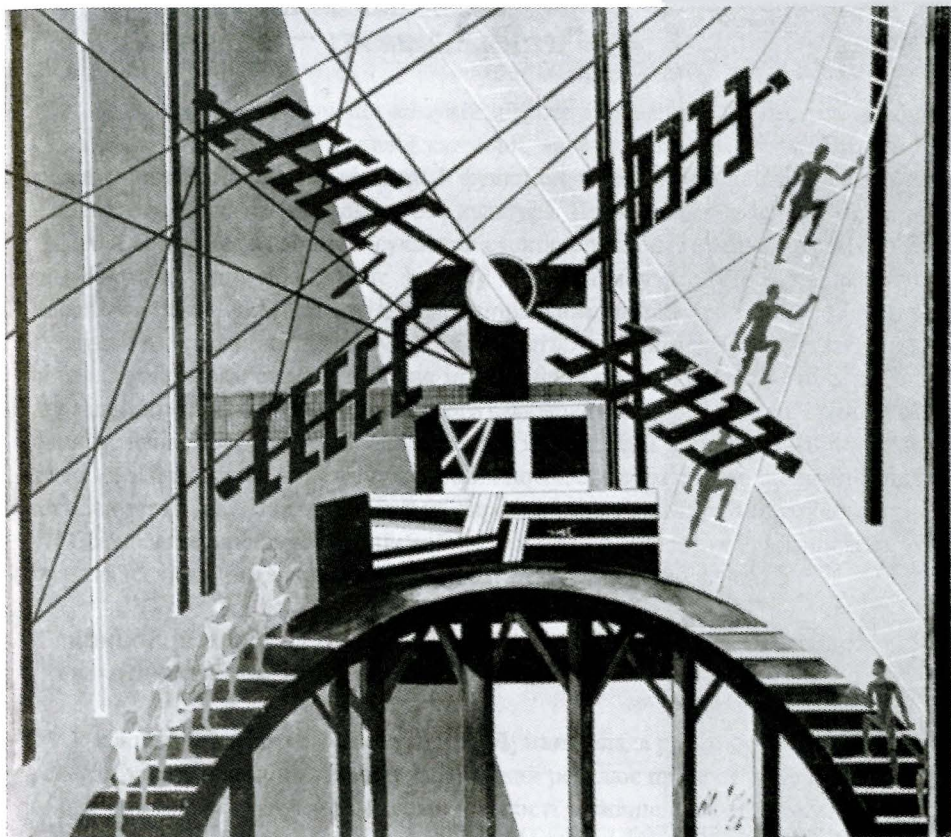
Найсучаснішими є семіотичні теорії інтерпретаційного співробітництва, що виникли на перетині структурно-семіотичної та герменевтичної традицій. Вони розглядають текстуальну стратегію як систему приписів, адресовану читачеві, чий образ і модель формується текстом незалежно від і задовго до емпіричного процесу читання. Так виникають теорії читача, якого мають на увазі (М. Корті, С. Четмен), ідеального читача (Джойс), взірцевого читача (У. Еко) тощо. Одночасно здійснюються спроби переходу від взірцевого до «реального» читача, якого можна ідентифікувати за допомогою понять класу, статі, етнічної приналежності, раси та інших соціокультурних категорій. На думку багатьох дослідників, вивчення проблеми інтерпретації повинно починатися з виявлення розбіжностей між семантичною та

критичною інтерпретаціями. Семантична інтерпретація – це результат первинного процесу знайомства з текстом, у ході якого реципієнт наповнює текст певним значенням. Критична інтерпретація – це власне семіотична, металінгвістична діяльність, що націлена на описання й пояснення того, на яких формальних підставах даний текст породжує дану відповідь [109; с.54]. Відповідно до цих типів інтерпретації виявляють читачів різних рівнів – наївного та критичного.

Загальна ж спрямованість сучасної гуманітарної думки характеризується підвищеною увагою до ролі реципієнта в процесі сприйняття, інтерпретації і, в кінцевому результаті, співтворення тексту. Увага до реципієнта стала відповіддю на небезпечну тенденцію, що в наукових колах дістала назву гіперінтерпретації. Згідно з нею, читач може прочитати текст так, як йому завгодно, не будучи обтяженим ніякими правилами читання й не беручи до уваги інтенцій тексту. Дослідники (зокрема, У. Еко) підкреслюють, що текст і лише текст є головним гарантом інтерпретації, що не дозволяє аналітикові впасти в галюцинацію власного дискурсу.

Таким чином, ми розглянули деякі поняття й категорії, необхідні для вивчення будь-якої знакової системи. Під *знаком* будемо розуміти понятійні схеми предмета або явища, які забезпечують єдність внутрішньої та зовнішньої його суті, під *символом* – багатозначну полісемічну кодифіковану форму комунікації, а *символічними формами* називатимемо елементи змісту людського спілкування. Під терміном «код», погоджуючись із визначенням У. Еко, розумітимемо модель, що є результатом низки умовних спрощень, які здійснюються для забезпечення можливості передачі тих чи інших повідомлень. Поняття і явище *мови* цікавитиме нас переважно в двох протилежних аспектах, зокрема, як: 1) орган утворення думки, засіб прилучення до багатств культури (згідно з діяльнісно-енергетичною концепцією В. Гумбольдта); 2) посередник між думкою та знаком (згідно зі знаково-структуралістською теорією Ф. де Соссюра). *Текст* розумітимемо як відносно завершену письмову конструкцію, за якою стоїть загальнозрозуміла (тобто обумовлена в межах даного колективу) система знаків – мова. *Контекстом* називатимемо дійсність, загальний соціокультурний фон або філософську ситуацію певного періоду й місця, які обумовлюють ту чи іншу організацію тексту. Під поняттям *повідомлення* матимемо на увазі скінченну впорядковану множину елементів сприйняття, взятих із певного «набору» (контексту) й об'єднаних у певну структуру; під *дискурсом* – відносно незамкнуту відкриту мовну комунікацію, що передбачає нарощення аргументів і пояснень. Поняття *інтертексту* та *інтертекстуальності* використовуватимемо в значенні: «особливі діалогічні відносини текстів, включення одного тексту в інший» тощо. А під терміном «*інтерпретація*» будемо вважати процес тлумачення, пояснення, розкриття смислу повідомлень і текстів. Маючи в розпорядженні такий великий, різноманітний категоріальний апарат, спробуємо застосувати вищезазначені теоретичні поняття і норми при аналізі комунікаційних процесів у культурі України.

## РОЗДІЛ ДРУГИЙ



# СОЦІОКУЛЬТУРНА СИСТЕМА “ВЛАДА – ГРОМАДСЬКІСТЬ” У ДИСКУРСІ ІНТЕРАКТИВНОСТІ



## **Парадигма відносин “влада – громадськість”**

Розгляд соціальних комунікаційних процесів не уявляється можливим без виокремлення такої важливої категорії, як влада. Влада є комунікативною за своєю природою, оскільки виникає й функціонує подібно до інших систем комунікації, таких, як наука, економіка або культура. Проте влада не існує там, де немає громади або громадськості. У сучасних суспільствах під терміном «громадськість» розуміють «...одну або більше фізичну чи юридичну особу, їх об'єднання, організації чи групи, які діють згідно з національним законодавством або практикою. Розрізняють також зацікавлену громадськість, що означає громадськість, на яку справляє або може справити вплив процес прийняття рішень з питань діяльності державних органів чи органів місцевого самоврядування» [110; с.7]. Громадськість, сприймаючи слабкі імпульси, які виходять із периферії приватних життєвих форм, тематизує й фільтрує їх у комунікаційних потоках таким чином, що вони конденсуються в загальносуспільні проблеми, виразом яких є громадська думка.

Осмислення проблем комунікаційної взаємодії в соціокультурній системі “влада – громадськість” знаходимо в роботах багатьох сучасних учених.

### **Концепції влади Н.Лумана, М.Вебера, Н.Вінера, Ю.Габермаса та поняття політичної комунікації**

У концепції німецького соціолога **Н. Лумана** влада розуміється як “символічно генералізований комунікативний засіб”, який регулює процес міжособистісної взаємодії шляхом редукції необмеженої кількості можливостей до обмеженого числа можливих дій, що вичерпують простір вибору у партнера по комунікації. Влада виникає в ході будь-яких комунікативних інтеракцій і являє собою “життєво-світову універсалію існування”, адже “там, де люди комунікують один з одним, завжди існує ймовірність того, що вони будуть орієнтуватися на можливість заподіювання взаємної шкоди й тим самим справляти вплив один на одного” [112; с.139]. За Н. Луманом, особливість комунікативного коду влади в будь-якому суспільстві – це так звана “альтернатива уникнення”. Вона полягає в тому, що серед усіх дій, можливих для підлеглого, завжди присутня одна, яку останній повинен завбачливо уникати, оскільки вона тягне за собою репресивні наслідки. Наявність “альтерна-

тиви уникнення” є необхідною умовою коду влади, однак, її реалізація може мати для влади руйнівні наслідки. Через це влада змушена постійно продукувати засоби, що вуалюють і виправдовують відкладення реалізації “альтернативи уникнення”. Одним із таких засобів є відмова від явного і визначеного формулювання позиції влади. Для сильної влади, характерної для розвинутих демократичних суспільств, показовими є відмова від примусу (насилля), широке число ступенів свободи та наявність привабливих альтернатив дії або бездіяльності, якими ця влада здатна добиватися визнання своїх рішень. У складних розвинутих суспільних системах демократичного типу відбувається “друге кодування” влади, що полягає в залученні іншого комунікативного коду, який оперує опозицією “правове – неправове”. Саме правовий код забезпечує ефективне функціонування державно-політичного механізму демократичних суспільств.

Концепція влади Н. Лумана приводить до уточнення поняття комунікації, яке вчений вважає елементарною соціальною операцією, що конститує суспільство як систему [113]. За Н. Луманом, суспільство є самодостатня система, здатна до саморозвитку, яка постійно взаємодіє з зовнішнім середовищем. Це середовище більш комплексне, комунікаційно насичене, ніж сама соціальна система. Для того, щоб не розчинитися в навколишньому середовищі, соціальній системі необхідно спостерігати саму себе, фіксувати, відстежувати те, що відбувається між системою та середовищем, а також усередині самої системи. Здатність останньої до самоспостереження, самоописання, тобто до відстеження власних станів, що змінюються в процесі її взаємодії з зовнішнім середовищем, і є соціальна комунікація. Системи, які володіють зазначеними властивостями, Н. Луман називає самореферентними або аутопоетичними (від «*autopoiesis*» – самовідтворення). Суспільство як аутопоетична система утворюється та відмежовується від зовнішнього середовища шляхом відбору певних способів діяння. Відбір здійснюється в результаті міжсуб’єктної взаємодії. Н. Луман вводить поняття смислу як особливої форми впорядкування людського існування. Смысл дозволяє виявити горизонти, всередині яких можлива організація соціальних систем. Комунікація в даному випадку розуміється не як обмін інформацією, а як смислова надлишковість, яка постійно виникає й може обернутися на будь-якого учасника на індивідуальному й колективному рівні. Таким чином, соціальна комунікація, за Н. Луманом, володіє активним творчим потенціалом і бере безпосередню участь у конституванні соціального порядку. За допомогою комунікації соціум не лише адаптується до умов зовнішнього середовища, а й відтворює власні смислові межі, формує власну реальність із мережі власних елементів шляхом їх селекції, комбінування тощо.

Концепція влади Н. Лумана з її опорою на правовий код є модифікацією вчення про бюрократію **М. Вебера**, котрий вважав, що бюрократичне панування специфічно раціональне, оскільки пов’язане з дискурсивно аналізованими правилами. Сила бюрократичного управління, що складається зі спеціально навчених, професійних і призначених чиновників, полягає, за М. Вебером, в існуванні чіткого регламенту,

абстрактних правових положень та орієнтованих на них правових форм, а також орієнтованих на традиційні прецеденти судових рішень. Правовий код і регулятивні механізми сприяють формуванню бюрократичного управлінського апарату з постійно закріпленими «відомствами», поняттями «службової ієрархії», «компетенції», «влаштування на службу», «зміщення з посади», «просування», «кар'єри» тощо. Управління, складене зі спеціально навченого «чиновництва», стає основою формально-раціональної економіки й суворо ділової юстиції, яку не турбують наслідки.

**Н. Вінер**, основоположник кібернетики – науки про інформаційне управління, висунув ідею інформаційних перепон як основи для реалізації будь-якої влади. Теорія Н. Вінера, що охопила процеси обміну інформацією та управління в різних динамічних системах – технічних пристроях, живих організмах і людських співтовариствах – дозволила виявити деякі спільні риси й ознаки, властиві комунікаційним процесам у цих системах. На думку Н. Вінера, в житті такого крупного співтовариства, як держава, надзвичайно мало дієвих чинників, що впливають на суспільний гомеостаз<sup>10</sup>, а система ЗМІ, яка повинна сприяти цьому процесу, є одним з основних антигомеостатичних чинників, будучи каналом розповсюдження байдужих до істини заяв [114; с.235]. Це дозволяє можновладцям маніпулювати в своїх інтересах поведінкою величезної читацької або глядацької аудиторії, спонукаючи «середню» (в соціологічному розумінні) людину робити запрограмовані вчинки, наприклад, голосувати на виборах «за певного (будь-якого) кандидата або взяти участь у політичному полванні на відьом» [114; с.232].

**Ю. Габермас** здійснює аналітичне розщеплення поняття політичної влади на адміністративну та комунікативну, яка народжується в процесі комунікації, зберігає спонтанний характер і отожднюється з народним суверенітетом. Стикання імперативів комунікативної та адміністративної влади відбувається, за Ю. Габермасом, у площині політичної громадськості, яка мислиться не сукупністю організацій, а сіткою різноманітних форм комунікації. Досліджуючи витоки становлення громадянського суспільства, вчений довів, що громадськість виступає в якості сполучної ланки між приватною сферою громадянського суспільства та сферою суспільно-офіційної влади. Отже, для громадянського суспільства фундаментальним є розмежування між приватним і суспільним (громадським), а також між суспільством і державою. Суспільний – державний – владі протистоїть громадськість, безпосередньо не втягнута у виконання владних функцій. Ю. Габермас особливо уважно аналізує саме цю – вільну, неофіційну, критичну громадськість. Такий тип громадськості, за Ю. Габермасом, народився в Європі ще в XVII – XVIII столітті, коли жили й діяли люди, чії соціально-критичні ідеї набували величезного резонансу. Ці ідеї народжу-

<sup>10</sup>Поняття, запозичене з фізіології, означає процес, завдяки якому живі істоти здійснюють супротив загальному потоку занепаду та у руйнування.

валися в паризьких і лондонських готелях, кафе, салонах, відкритих для дискусій приватних будинках, німецьких академіях, що ставали центрами тяжіння нової громадськості. Як писав Ю. Габермас, «майже жоден із видатних письменників XVIII століття не обійшовся без того, щоб спочатку не висловити свої суттєві думки в таких дискурсах, надавши їх для дискусії в доповідях перед академіями, або на-самперед у салонах. Салони мали монополію публікації; будь-який новий опус, у т.ч. музичний, повинен був спочатку отримати на цих форумах свою легітимацію» [115; с.135]. Таким чином, у концепції Ю. Габермаса пропонується новий варіант змісту демократичної правової держави на засадах комунікативних передумов, наближених до умов сучасних плюралістичних постіндустріальних суспільств.

Дослідження комунікаційних процесів у суспільстві приводили багатьох мислителів до порівняльної аналогії «комунікація і комерція». Ще в античні часи було помічено, що обидва поняття характеризують процеси обміну: грошовий обмін або обмін товарами (комерція) та духовний обмін або обмін ідеями (комунікація). Утворилася так звана *фінансово-лінгвістична аналогія*, яка, втім, не враховувала, що поняття обміну продуктами матеріального виробництва передбачає втрату кожним учасником обмінного акту тієї речі, якою він обмінюється, у той час, як обмін продуктами духовної діяльності, навпаки, передбачає нарощування обсягів інформації, духовне збагачення учасників акту комунікації. Фінансово-лінгвістична аналогія не враховує також онтологічної природи мови – основного коду міжлюдської комунікації.

Розглянуті концепції влади виходять з пріоритету інтересів громадськості у суспільствах демократичного типу, з необхідності рахуватися з думкою й позицією цільових груп громадськості при прийнятті відповідальних політичних рішень. Загалом, поняття влади невіддільне від поняття політичної комунікації. Коротко політичну комунікацію можна охарактеризувати як процес обміну політичною інформацією в межах певної політичної системи, а також між даною системою і суспільством загалом. Політична комунікація пов'язана з необхідністю виявлення загальної волі, спільного, що здатне об'єднати різноманітні інтереси в єдиний загальнонаціональний інтерес; це з'ясування думок, настроїв, потреб, сподівань суспільства, його ставлення до державної влади і рішень, які нею приймаються. У ході цього процесу політичні еліти намагаються сформувані за допомогою ЗМІ сприятливу для себе громадську думку.

Як вважає політолог І. Піддуська, «якість політичної комунікації визначається рівнем розвитку громадянського суспільства, тобто суспільства, в якому влада належить від громадян і існує для громадян, а не навпаки. Обмін політичною інформацією на горизонтальному рівні між членами суспільства й організаціями та на вертикальному рівні між різними елементами політичної системи відбувається тим інтенсивніше, чим вищим є досягнутий у суспільстві рівень демократії» [116]. Ідеальна модель політичної комунікації передбачає наявність діалогу між «керівною елітою» та «керованими масами» за допомогою незалежних ЗМІ, в ході якого відбувається рівноправний обмін точною, повною, достовірною, завершеною й такою,



що піддається перевірці, інформацією про політичний процес та його конкретні прояви; діалог здійснюється відповідно до основних соціокультурних цінностей, що сповідуються даним суспільством; політичний процес та інформування про нього відбуваються відповідно до основних прав людини та громадянських свобод: свободи політичних та інших переконань, свободи слова та друку, свободи зборів і об'єднань, свободи отримувати і поширювати інформацію; політичні комунікації є не лінійним, односпрямованим вертикальним процесом (від еліт до пасивних мас), а сукупністю різноспрямованих повідомлень, обмін якими відбувається між різними членами громадянського суспільства та «керівною елітою» за допомогою зворотного зв'язку. Саме наявність зворотного зв'язку й дає суспільству право вважатися демократичним.

### **Зворотний зв'язок у суспільствах із демократичними та антидемократичними режимами**

Наявність (чи відсутність) зворотного зв'язку є показником різновиду політичної системи й пануючого в країні державного режиму. Історично в різних типах суспільств зворотний зв'язок у суспільній комунікації здійснювався по-різному.

Так, при *первіснообщинному* укладі, коли устрій роду або родової общини на чолі з виборним старійшиною базувався на суспільній власності на засоби виробництва та колективній праці, всі справи вирішувалися радою роду, тобто зібранням усіх дорослих чоловіків та жінок. Вважається, що подібна колегіальність у прийнятті рішень є прототипом сучасних демократичних форм управління. Зворотний зв'язок при такому суспільному устрої був досить ефективним, тому що старійшини не могли приймати рішення одноосібно: вони мусили радитись із громадою.

У *рабовласницькому* суспільстві, заснованому на примусі та жорстокій експлуатації, багаточисельний клас рабів знаходився в стані покори. Фізичне й моральне попирання прав рабів деспотичною державою поєднувалося з жорстокими мірами покарання, що застосовувалися не тільки за проступки, а й за висловлені думки. Зворотний зв'язок у такому суспільстві був апріорно відсутнім, проте він все одно здійснювався, хоча й у нестандартних формах: на експлуатацію й насилля раби відповідали низькою продуктивністю праці, псуванням знарядь виробництва, численними повстаннями тощо.

Наступна суспільно-економічна формація – *феодалізм* – характеризується частковим розкріпаченням основного виробника, якому вже дозволено мати господарство й сім'ю, а також право на певну частину знарядь і засобів виробництва. Змінилася й форма експлуатації: основою взаємовідносин феодалів із селянами та ремісниками стала феодална рента (барщина, натуральний та грошовий оброк). Придушення виступів селян і городян проти експлуататорських феодалних порядків відбувалося за допомогою церкви. Середньовічна схоластика доводила народним масам, що боротьба проти феодалного строю рівнозначна повстанню проти

Божої волі. Таким чином, посередником у комунікації між двома основними класами феодального суспільства стала релігія.

Рушійною силою *капіталістичного* способу виробництва, його головним стимулом є отримання прибутку шляхом привласнення додаткової вартості, яку виробляють робітники. Значно вищий, ніж при феодалізмі, рівень розвитку виробничих сил, промисловий переворот (перехід від мануфактури до фабрики), нагромадження передових просвітницьких та наукових ідей у капіталістичному соціумі супроводжувалися зростанням і загостренням класових протиріч. Відповідно, головним методом встановлення соціальної справедливості й, одночасно, засобом зворотного зв'язку стають повстання, страйки та буржуазні революції.

Зворотний зв'язок при *соціалістичному* устрої суспільства здійснювався за допомогою профспілок, рад, кооперативів, комсомолу та інших соціальних інституцій, що пов'язували маси трудящих із комуністичною партією. Здійснення практичного керівництва в усіх сферах суспільного життя єдиною в країні політичною партією призвело до поступового формування у населення впевненості в тому, що всі проблеми вирішуються виключно державою. Це стало передумовою відсутності громадської активності та потреби у формуванні громадянського суспільства.

Принципи функціонування зворотного зв'язку в залежності від правового становища особистості і громадянина, рівня розвитку громадянського суспільства та свободи слова і совісті в країнах із демократичними та антидемократичними державними режимами показані в таблиці 2.1.

Табл. 2.1

Демократичні режими	Антидемократичні режими
<i>Правове становище особистості і громадянина</i>	
Права і свободи людини, закріплені в конституції держави, відповідають міжнародним стандартам у галузі прав людини. У державі існує правовий механізм і забезпечення, і захисту прав людини. Держава є членом міжнародних організацій із захисту прав людини.	У залежності від історичної епохи та форми державного правління права і свободи людини можуть взагалі не проголошуватися і повністю ігноруватися (деспотія, тиранія), проголошуватися для певної частини населення (фашизм), формально проголошуватися, але не виконуватися (авторитарні режими). Механізму забезпечення прав і свобод людини в антидемократичних режимах не існує.

<i>Рівень розвитку громадянського суспільства</i>	
<p>У державі діє система незалежних самостійних організацій, об'єднань, установ, які співпрацюють з вищими органами влади, забезпечуючи творчий розвиток кожної особистості та її активну участь у громадському й політичному житті країни. Держава встановлює правові рамки діяльності таких структур, надає допомогу для їх розвитку та забезпечує правовий захист діяльності кожного з об'єднань.</p>	<p>У країнах з монархічною формою правління взагалі не допускається існування будь-яких об'єднань громадян. У сучасних країнах допускається існування деяких громадських об'єднань, які знаходяться під керівництвом або контролем представників влади або керівної політичної партії.</p>
<i>Рівень розвитку свободи слова і совісті</i>	
<p>Держава підтримує свободу слова та совісті. У країні існує широка система недержавних незалежних ЗМІ, відсутня монополія держави на інформацію. Держава підтримує утворення та діяльність різноманітних релігійних конфесій, якщо вони не порушують права і свободи людини.</p>	<p>Існує декілька варіантів: а) заборона будь-якої діяльності, яка не відповідає провідній ідеології держави; б) існування деяких ЗМІ або релігійних об'єднань за умови підтримки ними держави та існуючої в ній ідеології; в) ЗМІ підвладні керівній партії і чітко формулюють у населення думку про великі успіхи в розвитку країни та про її щасливе майбутнє.</p>

### **Зв'язки з громадськістю в системі державного управління**

Засади демократичного устрою суспільства апіорі визначають, що влада діє ефективно тоді, коли має підтримку з боку громадськості. Процес реалізації влади, особливо якщо це державна влада, повинен спиратися на систему прямих і зворотних зв'язків між суб'єктами і об'єктами державного управління. Об'єктом у системі державного управління виступає суспільство, суспільна діяльність, суб'єктом – відповідні органи державного управління. Прямий зв'язок між суб'єктом та об'єктом державного управління сприяє процесу ухвалення рішень, забезпечує їх передачу на суб'єкт. Зворотний зв'язок несе інформацію про стан суб'єкта, його реакцію на ті чи інші політичні рішення. Наявність прямих та зворотних зв'язків є необхідною умовою нормального функціонування й розвитку демократичного суспільства. Практична реалізація цих зв'язків забезпечується завдяки руху інформації, яка сьогодні в усьому світі визнана основою управління, бо всі управлінські процеси здійснюються через пошук, аналіз, оцінку, розповсюдження соціальної інформації.

Комунікативний аспект державного управління, що спирається на різноманітні засоби і шляхи доставки інформації, є надзвичайно важливим і має свої особливості на різних рівнях. Комунікація відіграє роль сполучної ланки, яка пов'язує вузли управління одного рівня (горизонтальні комунікативні зв'язки) або різних – вищого та нижчого рівнів управлінської ієрархії (вертикальні комунікативні зв'язки). Чим

більше інформації про соціальні системи як об'єкт управління та його зовнішнє середовище, тим ця інформація точніша, тим ефективніше управління такою системою і більш імовірно досягнення очікуваних результатів.

Особливістю державного управління є й те, що в цій сфері використовується не вся соціальна інформація, а тільки та частина з її загального масиву, яка є найбільш доцільною та безпосередньо необхідною для формування та реалізації державно-управлінського впливу. Цю інформацію називають управлінською. Джерелами утворення управлінської інформації є норми законів та підзаконних актів, звернення громадян в органи державного управління з метою захисту їх прав і свобод, зворотні зв'язки, що характеризують стан об'єкта управління, кризовий стан суспільних процесів, конфлікти, екстремальні ситуації тощо.

Визначальною в демократичному суспільстві стала первісна відкритість інформації державного сектора для населення. Принциповими є вимоги активізації інформування населення з боку органів державного управління. Вони зобов'язані звітувати перед громадськістю і нести перед нею відповідальність.

Таким чином, упродовж ХХ сторіччя в демократичних країнах сформувався новий вид соціокультурної політичної комунікації, орієнтований на обов'язковий зворотний зв'язок, що відбулося в його назві – зв'язки з громадськістю. Його поява й розвиток були пов'язані з благородною метою – пошуком шляхів підвищення ефективності державного управління.

Науковий і практичний інтерес до сфери зв'язків з громадськістю виник на певній стадії розвитку суспільства. В антидемократичних режимах, де грубо порушуються права і свободи людини на користь носіїв державної влади, інститут зв'язків з громадськістю не має сенсу. Отже, зв'язки з громадськістю можливі лише в умовах демократичного суспільства.

Демократія – це, перш за все, плюралізм думок і свобода слова, пріоритет прав та інтересів людини, яка перестає бути елементом, “гвинтиком” соціальної машини. Кожний громадянин має право стати учасником вільного обговорення суспільних проблем, долучитися до процесу прийняття управлінських рішень. Державна влада здійснюється відкрито, публічно, перебуває під постійною критичною увагою, консультується і враховує думку громадськості, а тому вільний обмін інформацією, ідеями, думками між владою та громадськістю є надзвичайно важливим чинником громадянського суспільства.

Демократичні країни століттями накопичували досвід суспільної активності, що сприяє підвищенню ефективності державного управління і прозорості дій влади. З іншого боку, владні структури цих країн навчилися використовувати в своїй діяльності певний арсенал засобів, спрямованих на формування громадської думки щодо різних аспектів державної політики в бажаному напрямку, створення позитивного іміджу органів влади та їх керівників, підвищення довіри громадян до влади. У країнах розвинутої демократії органи державної влади зобов'язані не просто інформувати громадян про державну політику та заходи з її реалізації, а й обґрунтовувати,

пояснювати, залучати громадськість до обговорення діяльності органів влади та важливих суспільних проблем. Влада визнає важливість суспільної думки та необхідність рахуватися з нею під час прийняття відповідальних рішень.

Прозорість, підзвітність і відкритість для громадськості є основними характеристиками демократичного ринкового суспільства. Тому в демократичних країнах організації та установи державного сектора в своїй діяльності керуються наступними принципами: 1) громадськості надається вся інформація, необхідна для розуміння діяльності організації; 2) внутрішні процедури вироблення та критерії прийняття рішень роз'яснюються громадськості; 3) громадськість має право доступу до всієї офіційної інформації, а всі винятки обґрунтовуються на основі чітких критеріїв; 4) забезпечення довіри та добровільної співпраці з боку громадськості є однією з найважливіших цілей організації; 5) організація консультується з іншими державними установами та всіма зацікавленими сторонами поза органами державної влади [117; с.13].

Можемо погодитися з висловом відомого британського вченого С. Блека, котрий вважав зв'язки з громадськістю, необхідні для ефективного управління, одним із суспільних відкриттів ХХ століття [118]. Принциповою в соціокультурній системі "влада – громадськість" є установка не на інформування, а на обмін інформацією, тобто комунікацію, а також активну роль всіх учасників у комунікаційному процесі та готовність влади до сприйняття іншої позиції. Головною метою зв'язків з громадськістю в системі органів державного управління є "вплив на створення зовнішнього і внутрішнього соціально-політико-психологічного середовища, яке було б сприятливим для успіху та іміджу, а також забезпечення бажаної поведінки цього середовища в ставленні до самого органу влади" [119; с.42]. Особливості практичної реалізації цієї мети полягають у тому, що зв'язки з громадськістю здійснюються з орієнтацією не на швидкий результат, а на довготривалий процес, ефект від якого має стратегічний характер.

Описані вище типи і технології управлінської та соціокультурної комунікації характерні для суспільств з високим рівнем демократії, де основні права і свободи людини є найвищою цінністю для держави. Ці явища нові і досить незвичні для держав, що ступили на шлях демократичних перетворень, зокрема, й для України. Найголовнішою ознакою повороту до нового типу суспільного устрою є те, що "система ієрархічної комунікації, де головним був наказ, почала змінюватися на систему демократичної комунікації, де основою стає переконання" [120; с.11]. Упродовж кількох останніх десятиліть почала формуватися нова парадигма відносин у складній соціокультурній системі «влада – громадськість», що є принципово двосторонньою, орієнтованою на задоволення реальних потреб громадян та активну участь громадськості в процесі розробки і прийняття державних рішень.

Участь громадськості в управлінні державою – це не утопічний міф, а реальна потреба сучасного суспільства. Намічений в останні десятиріччя вектор відносин між владою та громадськістю, що відкриває шлях до реального партнерства, є свід-

ченням настійливого поступу демократичних країн, здійснення ними практичних кроків з реалізації положень Орхуської конвенції, яка задекларувала, що «удосконалення доступу до інформації та участь громадськості в процесі прийняття рішень підвищує якість прийнятих рішень і процесу їх реалізації, сприяє поліпшенню інформованості громадськості про ... проблеми, надає громадськості можливість висловлювати свою стурбованість і дозволяє державним органам здійснювати належний облік таких інтересів...» [121].

## Управління процесом зв'язків з громадськістю

У даному дослідженні взято за основу узагальнене визначення зв'язків з громадськістю як *системи певних комунікаційних дій, спрямованих на формування бажаної суспільної думки і управління нею*.

Автори американських підручників зі зв'язків з громадськістю (в англійському перекладі – public relations або PR) виводять з різних визначень наступні функції PR.

- Побудова взаємовідносин між організацією та громадськістю.
- Моніторинг свідомості, думок, стосунків і поведінки як усередині організації, так і поза нею.
- Аналіз впливу політики, процедур і дій на громадськість.
- Модифікація елементів політики, процедур і дій, коли вони входять у конфлікт з інтересами громадськості та життям організації.
- Консультування щодо введення нових засобів політики, процедур і дій, які взаємозалежні від організації та громадськості.

Зв'язки з громадськістю здійснюються з орієнтацією не на швидкий результат, а на довготривалий процес, ефект від якого має *стратегічний характер*.

Розуміння важливості функції зв'язків з громадськістю в демократичному суспільстві приводить до створення спеціальних підрозділів, на які покладається здійснення PR-діяльності. Як правило, це самостійні підрозділи всередині установ, підприємств, організацій, органів державної влади, які очолюються заступниками керівника і мають у своєму розпорядженні добре підготовлений численний персонал. Як зауважують PR-фахівці, чим більш значущою є владна структура (або політична фігура), тим більше місце вона займає в інформаційних потоках.

Багатопланова PR-діяльність в органах державного управління містить комплекс функцій, необхідних для досягнення стратегічної мети організації та розв'язання тактичних завдань. Комунікаційні підрозділи міністерств (департаментів) у багатьох демократичних країнах виконують 4 основні функції.

*Комунікаційні дослідження та аналіз.* Ця функція повинна включати аналіз суспільної обстановки через дослідження громадської думки, моніторинг преси, кореспонденції чи телефонних дзвінків.

*Надання комунікаційних порад.* Такі поради можуть надаватися інформаційними службами як працівникам організації, так і керівникові стосовно питань: як ефек-

тивно надати інформацію про уряд, як діяти в кризовій ситуації, як той чи інший курс дій може бути сприйнятий суспільством тощо.

*Комунікаційне планування.* Комунікаційне планування є невід'ємною частиною процесу вироблення і впровадження політики в усьому світі. Кожний політичний, економічний, соціокультурний та ін. захід обов'язково повинен містити комунікаційний план. Річний стратегічний план роботи організації, де викладені основні цілі й пріоритети, також повинен включати комунікаційний план.

*Управління щоденними комунікаційними операціями.* Ця функція включає організацію і проведення брифінгів, прес-конференцій, виступів у ЗМІ тощо.

Іншими словами, система налагодження відносин між органами управління та громадськістю повинна будуватися навколо 4-х таких функцій, як:

- аналітико-прогностична;
- інформаційно-комунікативна;
- організаційно-технологічна;
- консультативно-методична.

У розвинутих країнах світу, таких, як США, Велика Британія, Канада, країни Західної Європи, вже склалася десятиліттями відпрацьована система основних видів діяльності з формування громадської думки. Ця система включає:

*взаємодію і співробітництво з ЗМІ;*

*роботу з іміджем;*

*пропаганду суспільної місії організації;*

*лобіювання;*

*моніторинг правового поля, політичної, економічної, соціально-культурної ситуації;*

*проведення політичних кампаній;*

*роботу в умовах кризи і надзвичайних ситуацій;*

*громадські консультації;*

*роботу зі зверненнями (запитами) громадян;*

*зв'язки з громадськістю всередині організації (внутрішній або корпоративний ПР).*

Складовими PR-роботи також вважають стереотипи і міфи, чутки й плітки, засоби невербальної комунікації, психологічні операції, інформаційні війни та інші феномени, пов'язані з оперуванням інформацією та її впливом на людську свідомість і підсвідомість.

Таким чином, в умовах демократії зв'язки з громадськістю є багатофункціональною системою налагодження відносин з громадськістю, яка виявляється, з одного боку, як теоретична й аналітична робота з послідовним наданням інформаційних послуг для вищого керівництва, з іншого – як практична робота з оцінки двостороннього потоку інформації, здійснення впливу на масову свідомість та поведінку людей, соціальних груп, об'єднань та інститутів.

Спираючись на теорію і практику менеджменту, фахівці сфери зв'язків з громадськістю виділяють 4 етапи процесу комунікаційного менеджменту:

1. **Визначення проблеми.**
2. **Планування та програмування.**
3. **Дія й комунікація.**
4. **Оцінка програми.**

**Визначення проблеми** – це перший крок, який включає відстеження проблеми, з'ясування точок зору, установок та поведінки тих груп громадськості, на які впливає політика організації або від дій яких залежить її діяльність. Це аналітична функція організації, підґрунтя для інших напрямків процесу вирішення проблем. Підсумком аналізу ситуації повинно стати формулювання проблеми.

Аналіз ситуації являє собою повне зібрання інформації про стан справ організації, необхідної для пояснення та ілюстрації змісту формулювання проблеми. Зібрані матеріали оформлюються у вигляді досьє, що складається з двох окремих секцій: внутрішні та зовнішні чинники.

У секції, присвяченій *внутрішнім чинникам*, повинні міститися документи й матеріали, пов'язані з організаційними питаннями, процедурами та акціями, які мають відношення до проблемної ситуації. Аналіз ситуації повинен починатися з ретельного огляду змісту думок і дій ключових фігур усередині організації, її структурних підрозділів, відповідальних за проблему. Ця ж секція повинна також містити результати комунікаційного аудиту, тобто систематизовану документацію, яка стосується комунікаційної поведінки організації і дозволяє перевірити, як саме вона спілкується зі своєю громадськістю. Такий аудит дає можливість:

- Проаналізувати стан відносин організації зі своїми співробітниками;
- Оцінити якість офіційних каналів комунікації, наприклад, щорічних звітів, бюлетенів тощо;
- Здійснити моніторинг діяльності організації та відкоригувати майбутні конкретні кроки і заходи у сфері зв'язків з громадськістю.

Комунікаційний аудит дає повну картину існуючого стану справ і служить основою для здійснення необхідних змін.

Важливою складовою секції аналізу внутрішньої ситуації повинен бути календар-хроніка роботи організації, що постійно оновлюється. Ця частина досьє служить не лише важливим довідником для поточної роботи організації з окремих питань, а й виступає джерелом ідей та інформації для написання виступів, підготовки брошур, спеціальних звітів, виставок, а також задоволення інформаційних запитів з боку ЗМІ. Відкритість і точність інформації про історію діяльності організації, рух її керівних кадрів можуть стати для п'яришків безцінним засобом боротьби з плітками та чутками.

У другій секції досьє аналізу ситуації, присвяченої *зовнішнім чинникам*, увага повинна зосереджуватися як на позитивних, так і на негативних процесах за межами організації. Обов'язковою складовою цієї секції повинно бути детальне дослідження груп громадськості та установ, що мають відношення до проблемної ситуації і тим або іншим чином впливають на її розвиток. Усі ці групи в подальшому розгор-



танні процесу розв'язання проблеми стають цільовими групами громадськості, на яку й будуть спрямовані комунікаційні зусилля організації.

Дослідження в сфері зв'язків з громадськістю використовують якісні та кількісні методи. *Якісні* – це ті, що базуються на теоретичних ресурсах соціології, індивідуальному досвіді, спостереженнях, аналізі особистих та офіційних документів тощо. Методи: історіографічний (біографічний), поглиблене інтерв'ю, дослідження фокус-груп, панельні дослідження.

*Кількісні* дослідження – це сукупність прийомів, процедур і методів описання, перетворення та отримання нового соціологічного знання. Методи: контент-аналіз, опитування громадської думки та інші форми соціологічних досліджень.

Зібрана на першому етапі інформація використовується для *планування та програмування*, тобто для прийняття рішень відносно програм роботи з громадськістю, визначення завдань і змісту практичних кроків, стратегії і тактики комунікації. У плануванні зв'язків з громадськістю важливо розрізнити поняття стратегії і тактики. Стратегія пов'язана з прийняттям ключових, довготривалих рішень. За допомогою тактики реалізується стратегічний план організації. Тактика здійснюється за допомогою програмування складових елементів послідовного розгортання зв'язків з різноманітними групами громадськості для втілення в життя соціальної місії організації. Досвідчений піарщик вміло обирає ту чи іншу тактику, яка підказує, як спланувати спеціальну акцію, написати прес-реліз, скласти промову чи звернення до цільової групи громадськості.

Стратегічне планування в сфері зв'язків з громадськістю повинно відбуватися спільно з керівниками інших структурних підрозділів організації. Процес планування та програмування включає наступні етапи.

- Визначення ролі і місії організації
- Визначення ключових ділянок, які потребують змін.
- Вибір і уточнення цілей.
- Підготовка планів дій
- Встановлення контролю
- Визначення каналів комунікації
- Реалізація

Третій етап PR-менеджменту – *дія та комунікація* – власне реалізація програми дій і комунікації, спрямованої на те, щоб добитися конкретних змін у кожній з груп громадськості.

*Оцінка програми* – останній етап процесу управління, що включає оцінку підготовки, ходу реалізації та досягнутих результатів програми. Хід реалізації програми вимагає постійного коригування курсу з урахуванням зворотного зв'язку.

## Використання засобів масової комунікації у зв'язках з громадськістю

Успіх діяльності у сфері публік релейшнз залежить від того, наскільки громадськість поінформована про ті чи інші події. Особливу роль тут відіграють засоби масової інформації, через які новини, ідеї, рішення потрапляють у суспільство. ЗМІ – це активні учасники процесу створення і розповсюдження інформації, розрахованого на одночасне сприйняття кількісно великими і, водночас, розосередженими й неоднорідними аудиторіями. Взаємодія і співробітництво з мас-медіа є основним інструментом зв'язків з громадськістю. Тому PR приділяють йому таку велику увагу.

Вплив ЗМІ в сучасному світі настільки великий, що мас-медіа дістали назву “четвертої влади”. Засоби масової комунікації – преса, радіо, телебачення, кіно, Інтернет – не просто “носії ідей”, вони самі по собі є суб'єктивними інтерпретативними ідеологічними формами [122; с.102]. За виразом знаменитого медіа-теоретика М. Маклюєна, засіб масової комунікації сам є повідомленням [123]. До речі, саме цей дослідник одним з перших відчув тенденції трансформації часу і простору, спричинену появою й розвитком електронних мас-медіа. Він стверджував, що електрика й електронні медіа “скасовують час і простір”, внаслідок чого виникає електронізоване “глобальне село”. На думку Маклюєна, електронні мас-медіа, особливо телебачення, активізують ті самі чуттєві канали, що й притаманні міжлюдському спілкуванню “віч-на-віч” у родоплеменних суспільствах, а це забезпечує нове єднання людей на рівні емоційно-тілесного досвіду.

Функції PR-менеджера зводяться до вмiлого використання цього інструмента в своїй діяльності. Фахівці PR зацікавлені в наданні журналістам інформації, тому формування дружніх стосунків із ключовими фігурами у світі мас-медіа є запорукою успіху будь-якої PR-кампанії. Журналісти, в свою чергу, зацікавлені в отриманні інформації, тільки вона повинна бути надана відповідно до вимог конкретних ЗМІ (преса/радіо/телебачення).

Поняття «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації», що широко використовуються в суспільстві, є, по суті, синонімічними. Однак, останнім часом термін ЗМІ все частіше замінюється на ЗМК, що пов'язано з рухом суспільства в напрямку демократизації. Для ЗМК основоположну роль відіграє зворотний зв'язок, тобто реакція суспільства на те чи інше повідомлення. Термін «ЗМІ» був значно більше розповсюдженим у суспільстві, для якого пріоритетним було інформування населення про політику партії та уряду, а зворотний зв'язок не мав сенсу.

Основними складовими системи ЗМК є:

- традиційна друкована преса;
- електронні ЗМІ (радіо, телебачення);
- інформаційні та рекламні агентства;
- комп'ютерні мережі.

Зв'язки з працівниками ЗМІ – це лівова частка висвітлення діяльності організації, створення позитивного іміджу. Сприятливе висвітлення в пресі – результат добре налагоджених зв'язків зі ЗМІ. Досягнення взаємної довіри та взаємоповаги з представниками мас-медіа потребує часу і терпіння.

Щоб отримати доступ до преси, спочатку треба з'ясувати, які особи представляють той чи інший засіб масової інформації і як вони працюють. Щоб мати добру пресу, необхідно подавати свої повідомлення в такому вигляді, щоб вони були зрозумілими і їх можна було легко друкувати й читати. Головне правило при налагодженні стосунків з пресою – не боятися представників преси і ставитися до них з повагою.

Взаємодія та співробітництво з ЗМІ, що є пріоритетною комунікаційною технологією для сучасного PR-менеджера, може відбуватися в різних формах. Крім обов'язкових і надзвичайно ефективних прес-конференцій, брифінгів, виступів (інтерв'ю) в ЗМІ це можуть бути найрізноманітніші заходи, вибір яких залежить від організаційно-фінансових можливостей організації й кваліфікації та фантазії її PR-менеджерів, наприклад, відкриття і ведення спеціалізованих рубрик у ЗМІ, прес-тури, прес-клуби (прес-кафе), укладення з ЗМІ меморандумів (договорів) про співпрацю тощо.

Ці та інші комунікаційні технології в найрізноманітніших комбінаціях можуть стати основою будь-якої інформаційної кампанії – комплексу скоординованих, цілеспрямованих і розрахованих на певний період часу заходів, що здійснюються з метою вирішення важливого суспільно-політичного, соціокультурного або іншого завдання. Інформаційні кампанії бувають різних типів, зокрема:

- кампанії, спрямовані на привернення уваги громадськості до якогось явища або події;
- кампанії з інформування громадськості, надання певної кількості фактів або аргументів з окремої важливої проблеми;
- просвітницькі кампанії, надання громадськості нових знань та навчання застосуванню їх на практиці;
- кампанії, спрямовані на закріплення, зміну установок або модифікацію поведінки.

Будь-яка інформаційна кампанія повинна спиратися на основні етапи PR-менеджменту (аналіз ситуації та визначення проблеми; планування та програмування; реалізацію комунікаційного плану; оцінка результатів інформаційної кампанії та внесення коректив).

Надзвичайно важливою ланкою системи зв'язків з громадськістю є моніторинг. Як правило, поняття моніторингу вживають у трьох основних значеннях:

- 1) збір інформації, фактів, даних у ЗМІ, узагальнення та аналіз цієї інформації. Виконання моніторингу повідомлень у друкованих і електронних ЗМІ необхідне для оперативного інформування керівництва організації, яке повинно володіти інформацією про найсвіжіші новини.

Показовою в плані оперативного надання інформації для вищого керівництва держави є робота Управління новин Відомства преси та інформації Федерального уряду Німеччини. Управління аналізує інформацію, що її публікують німецькі й зарубіжні інформаційні агенції, радіо і телебачення, а також найважливіші щоденні газети, тижневики і впливові журнали. Наприкінці 90-х років ХХ сторіччя аналізу піддавалися 24 служби інформаційних агентств, 86 радіо- і 32 телепрограми, 90 німецьких газет і журналів. Новини, аналітичні матеріали, інтерв'ю й коментарі відбираються, ретельно аналізуються і в максимально стислій формі надаються федеральному президенту, федеральному уряду і депутатам німецького Бундестагу. Інформування федерального президента стосовно картини новин і думок у німецькій пресі відбувається у формі доповіді; федеральному канцлеру, офіційному представникові уряду та іншим радникам федерального канцлера двічі на день кладеться на стіл папка з газетними вирізками. Перебуваючи в поїздах, федеральний президент, канцлер, міністри та делегації Бундестагу в будь-якій точці світу отримують спеціальне зведення останніх новин, яке складається Управлінням з урахуванням інформаційних потреб вищого керівництва держави.

2) Спостереження, оцінка і прогноз стану навколишнього соціального середовища. Узагальнення інформації про зовнішній світ необхідне для потреб та функціонування самої організації. Це своєрідна "розвідувальна" діяльність, без чого немислиме ефективне управління справами організації. Ця функція моніторингу може включати відстеження змін державного законодавства, політичної, економічної, соціально-культурної ситуації, міжнародних взаємовідносин в їх динаміці, змін суспільних настроїв та суспільних цінностей тощо. Відповідно до результатів дослідження різних аспектів життєдіяльності соціуму проводиться корекція стратегії і тактики формування громадської думки щодо організації та її продукції (послуг).

3) Систематичне співставлення реального стану справ організації із запланованим. Ця функція моніторингу може здійснюватися як самою організацією, так і через контролюючі органи вищих інстанцій. Показовим у цьому плані є досвід Канади, де питаннями моніторингу (комунікаційного аудиту) займаються 2 організації. Секретаріат Правління Казначейства (The Treasury Board Secretariat) оцінює діяльність відомств, державних установ і організацій за ступенем їх відповідності всім аспектам Комунікаційної політики Уряду та виконання закладених в цьому документі вимог. А за тим, як у державних установах втілюється в життя урядова інструкція з питань комунікації, стежить Офіс Таємної Ради (The Privy Council Office).

Моніторинг здійснюється багатьма шляхами, що включають (але не обмежуються) наступними кроками:

- відстеження інформаційних запитів, телефонних дзвінків та кореспонденції;
- контроль за використанням веб-сайтів;
- перевірка комунікаційних планів, стратегій, оглядів, бухгалтерського обліку та відповідних документів тощо.

## Типологія комунікаційних відносин у системі “влада – громадськість”

На основі вивчення світового досвіду дослідники пропонують наступну типологію комунікаційних відносин у системі “влада – громадськість”:

- інформування;
- консультування;
- залучення громадськості до участі.

**Інформування** – це односторонній процес надання інформації громадськості в цілому або зацікавленим групам чи організаціям, що представляють інтереси тих, на кого відповідна політика потенційно впливає. **Консультування** як практика прямого безпосереднього обміну ідеями, думками чи порадами між зацікавленими сторонами є однією з обов’язкових адміністративних процедур, вагомою складовою комунікаційних відносин у системі «влада – громадськість». У демократичних країнах громадські (публічні) консультації проводяться для того, щоб отримати уявлення про думку та реакцію суспільства на ті чи інші дії уряду. По суті, консультування в процесі вироблення та реалізації політики, під час прийняття рішень на всіх рівнях влади є отриманням інформації від громадськості (визначеної аудиторії) щодо заздалегідь визначених владою питань. Цей вид зв’язків з громадськістю є важливим на стадії розробки альтернативних варіантів політики і може стати ключовим у процесі налагодження добрих стосунків між урядом і громадськістю. Необхідним елементом демократії є залучення громадськості до процесів вироблення політики і прийняття політичного рішення. Залучення громадськості – це активна участь громадян та їх об’єднань (організацій) за власною ініціативою у формуванні публічної політики, а також у її реалізації та оцінці. Саме цей тип комунікаційної взаємодії, що є принципово двостороннім, відкриває шлях реального партнерства.

Розглянемо послідовно кожний з цих типів та особливості їх функціонування в різних країнах.

### Інформування громадян про основні напрями державної політики через ЗМІ та невідійні джерела

Найважливішим комунікаційним каналом і засобом **інформування** громадян про політику держави в тій чи іншій галузі є засоби масової інформації. ЗМІ, фільтруючи різного роду інформацію, і відбивають, і формують громадську думку, впливають на визначення соціокультурних пріоритетів, розвиток публічної політики, діяльність як владних структур, так і самої громадськості.

Принципи формування громадської думки через взаємодію влади з мас-медіа вже досить добре проаналізовані і вивчені західними та вітчизняними дослідниками. Однак, поряд із всеохоплюючим, плюралістичним висвітленням різних аспектів

буття соціуму в засобах масової інформації демократичний устрій суспільства надає громадянам право самостійно здійснювати пошук необхідної інформації, зокрема, й через не-медійні джерела. Тим більше, що мас-медіа не завжди оприлюднюють ту інформацію, яка насправді цікавить громадян.

*Робота зі зверненнями (запитами) громадян*, котрі потребують тієї чи іншої урядової інформації, є обов'язковою складовою системи зв'язків з громадськістю в країнах розвинутої демократії. Інформаційні служби урядів щодня отримують багато телефонних та письмових запитів від громадян, отже, інформування громадян може відбуватися як в усний, так і в письмовий спосіб. Кожна урядова структура, залежно від її повноважень та завдань, зобов'язана відповідати громадянам, яких цікавлять, здебільшого, схожі питання і проблеми, отже, одним із завдань інформаційних служб є ідентифікація інформації за певними напрямками. Наприклад, великий інтерес завжди викликають поточні теми суспільного життя, а також економіка, зайнятість, статистичні дані, зміни в законодавстві тощо. Намагаючись максимально задовольнити попит на інформацію, урядові служби комунікації друкують різні довідники та інформативні документи.

Проте це не означає, що процес комунікації з громадянами відбувається однаково в усіх органах влади. У багатьох демократичних країнах урядові органи, що займаються питаннями соціальної політики, охорони здоров'я та навколишнього середовища тощо, мають у своєму підпорядкуванні багато напіваавтономних структур (комісій, фондів, рад тощо), які підтримують безпосередні контакти з громадськістю. Внаслідок цього комунікація перестає бути централізованою.

Для ефективної відповіді на *телефонні запити* в урядових структурах розроблено ряд внутрішніх процедур. Де можливо, відповідь надається негайно або питання переадресовується компетентній відповідальній особі. В тих випадках, коли для відповіді потрібно зібрати певні дані, особа, котра звернулася із запитом, отримує письмову або телефонну відповідь.

Цікавим у плані роботи з телефонними запитами громадян є досвід Нідерландської урядової інформаційної служби. У рамках ініціативи "проект 06-51" було впроваджено загальну телефонну лінію для всіх нідерландських міністрів. Абонент сплачує тільки за набір номера 06-51, а сама інформація надається без додаткової оплати. Громадяни можуть отримати негайну відповідь на свої запитання стосовно уряду або з'ясувати, де отримати більш специфічну інформацію. Окремі служби інформації в міністерствах продовжують існувати, але основним джерелом найбільш затребуваних даних федерального уряду Нідерландів є лінія 06-51.

Часто громадяни в пошуках інформації використовують інші шляхи, наприклад, звертаються безпосередньо до *інформаційних служб*. Працівники цих служб, усвідомлено поінформовані про справи свого урядового органу, зазвичай, можуть забезпечувати задовільну відповідь на запити. Якщо службовець не має відповіді, він передає питання до розгляду колеги-експерта або проводить подальше дослідження самостійно.

Іноді уряди окремих країн з метою якнайширшого розповсюдження урядової інформації вдаються до *особливих заходів*. Так, у Бельгії з 1988 року ефективно діє система, відома під назвою “Поштова скринька 3000” [124]. Ця система, що є департаментом усередині Федеральної Інформаційної Служби, подає інформацію владних структур громадянам через публікацію оголошень у друкованих чи електронних ЗМІ та розповсюдження безкоштовних листівок, доступних у кожному поштовому відділенні, багатьох бібліотеках, інших публічних місцях. За рік системою розповсюджується понад 3 млн. інформаційних листівок про нові рішення уряду. Система “Поштова скринька 3000” дозволяє урядові Бельгії досягти найбільш широкій аудиторії, задовольняючи в той же час і тих, хто особливо цікавиться окремими питаннями. Це запобігає великій кількості непотрібних телефонних дзвінків до департаментів, а отже, упереджує роздратування як державних службовців, так і самих громадян.

Свої потреби в інформації громадяни демократичних країн можуть задовольняти й через урядові *інформаційні центри*. У Канаді існує Канадський Інформаційний Офіс, мета діяльності якого – поліпшення комунікації між урядом і громадянами. Співпрацюючи з усіма урядовими і регіональними департаментами та агенціями, недержавними організаціями та приватним сектором, Офіс інформує канадців про послуги, які вони можуть отримати від уряду.

У високорозвинених країнах доступ до урядової інформації та надання державними установами інформаційних послуг громадянам здійснюється і через мережу *Інтернет*. Наприклад, у Канаді 95% урядової інформації доступні через урядові веб-сайти. Для зручності громадян деякі формальні процедури (наприклад, реєстрацію новонародженої дитини або здійснення комунальних платежів) можна зробити через Інтернет. Використання Інтернету для надання інформації та послуг практично зводить до нуля контакти з чиновниками, дозволяє уникнути черг у державних установах і бюрократичної тяганини й, таким чином, заощадити час і засоби як громадян, так і самих державних службовців. Тип сучасних електронних комунікацій вважають ефективнішим, ніж письмові звернення, значно дешевшим і таким, що не вимагає великих затрат часу і людських ресурсів.

Удосконалення державою процедур надання послуг та інформації громадянам, забезпечення умов для здійснення їх взаємодії з державними установами в режимі прямого доступу стали можливими завдяки створенню в багатьох передових країнах такої високотехнологічної інформаційної інфраструктури, як “електронний уряд”.

Отже, інформування громадян про державну політику через ЗМІ та не-медійні джерела (інформаційні служби, центри, роботу зі зверненнями, телефонними запитами громадян тощо) – це лише перший етап комунікаційних відносин у системі “влада – громадськість”. Це навіть не повна комунікація в класичному розумінні цього терміну, оскільки інформування є одностороннім процесом надання інформації громадськості в цілому або зацікавленим групам чи організаціям. Зворотний зв’язок

у цьому випадку – це, скоріше, “метафора, яка намічає вектор руху впливаючих імпульсів, але не його суть” [79; с.38].

### **Громадські (публічні) консультації як ефективна комунікаційна технологія**

Значно ефективнішими типами комунікації в системі “влада - громадськість” в плані отримання зворотного зв’язку є консультування та залучення громадськості до участі.

**Консультування** як практика прямого безпосереднього обміну ідеями, думками чи порадами між зацікавленими сторонами є однією з обов’язкових адміністративних процедур, вагомою складовою комунікаційних відносин у системі «влада – громадськість». У демократичних країнах громадські (публічні) консультації проводяться для того, щоб отримати уявлення про думку та реакцію суспільства на ті чи інші дії уряду. По суті, консультування в процесі вироблення та реалізації політики, під час прийняття рішень на всіх рівнях влади є отриманням інформації від громадськості (визначеної аудиторії) щодо заздалегідь визначених владою питань. Цей вид зв’язків з громадськістю є важливим на стадії розробки альтернативних варіантів політики і може стати ключовим у процесі налагодження добрих стосунків між урядом і громадськістю.

Громадські консультації можуть проводитися урядом для досягнення однієї або кількох наступних цілей:

- зібрати інформацію у зацікавлених сторін;
- оцінити підтримку, яку здобудуть різні варіанти урядового рішення;
- розв’язати конфлікти між групами, що мають різні інтереси;
- зміцнити довіру до уряду й забезпечити легітимність його дій;
- підготувати ґрунт для підтримки того варіанту рішення, якому віддає перевагу

уряд;

- заручитися підтримкою груп, які беруть участь у прийнятті рішення;
- забезпечити співпрацю у виконанні рішення, коли його буде вже прийнято.

Відповідно до цих цілей у процедурі проведення публічних консультацій виділяють такі етапи:

- підготовка;
- вибір методу;
- виконання;
- узагальнення результатів;
- одержання інформації про позицію громадськості;
- врахування результатів у подальшій роботі;
- оцінка результатів.

Консультування між урядом та громадськістю має проводитися за умови чітко поставлених завдань, поінформованості учасників консультацій щодо результатів і



наслідків, урахування реалістичної оцінки позицій учасників консультацій. Громадські консультації можуть відбуватися на всіх етапах прийняття управлінських рішень, однак, консультування, розпочате на ранніх етапах, часто є запорукою успіху.

Консультування має свою специфіку на кожному з етапів. Зокрема, консультування на стадії стратегічного планування покликане з'ясувати характер, вивчити стимули прийняття рішень, виявити пріоритети. Аналітична фаза передбачає вивчення позицій зацікавлених сторін, тобто тих, кого потенційно стосуватиметься або чий інтерес зачіпатиме рішення, що буде прийняте в майбутньому. На цьому етапі важливо зібрати й дослідити думки фахівців і практиків у відповідній галузі, а також тих, хто нестиме відповідальність за втілення рішення в життя, фінансуватиме передбачені ним заходи тощо. Не виключено проведення консультацій і на етапі власне прийняття рішення, що можуть відбуватися в формі дискусій, роз'яснень, анонсів рішень. Нарешті, на стадії впровадження рішення консультації, як правило, слугують передачі рішення на виконання, здобуттю публічної підтримки тощо.

Відповідно до специфіки завдань чи етапів, консультування може проводитися в різних формах [125]:

- проведення опитування та дослідження громадської думки;
- оголошення періодів зауважень та коментарів під час розробки законопроектів чи проектів документів щодо розвитку політики;
- проведення політичних колоквиумів, неформальних презентацій на зразок дня відкритих дверей, публічних слухань із виступами посадових осіб тощо;
- проведення зустрічей між посадовими особами та громадськістю для обміну думками;
- проведення зустрічей-навчань у групах від 5 до 20 осіб для обговорення важливих суспільних проблем;
- обговорення під час «круглих столів» і в рамках фокус-груп (8-10 чоловік) для виявлення всього спектру специфічних інтересів і досягнення консенсусу.

У Великій Британії сформувався і розповсюдився тип письмового консультування при плануванні розробки політики. Відповідно до Кодексу практики з письмового консультування, серед учасників процесу безкоштовно розповсюджується через ЗМІ, Інтернет та цільову розсилку консультаційний документ, у якому в максимальній простій і стислій формі подано ключову інформацію щодо потенційних впливів пропонуваного рішення, делікатних питань статі, віку, освіти, етнічної, регіональної, релігійної приналежності тощо, а також чітко визначених термінів консультування. У середньому, стандартним мінімальним періодом для консультування, згідно з Кодексом, є термін 12 тижнів, однак, можливі випадки проведення консультування в більш стислій (наприклад, у разі повторного консультування) або пролонгованій строкі з обов'язковим обґрунтуванням причин [126; с.19-20].

Зазвичай, після проведення громадських консультацій та обговорень зібрані матеріали готуються до публікації у вигляді підсумкового документа. Цей документ повинен містити всі висловлені в ході консультацій точки зору громадськості на

певну проблему, що потребує розв'язання. Пропозиції громадськості повинні бути уважно та без упередженості розглянуті й проаналізовані з точки зору наявності нових підходів, очевидності впливу, рівнів підтримки. Результати мають бути оперативно оприлюднені та широко доступні, з урахуванням висловлених поглядів та причин, що вплинули на прийняття остаточного рішення та відхилення тих чи інших пропозицій. Таким чином, висловлені в ході громадських консультацій думки, поради, коментарі та пропозиції беруться до уваги урядом під час розгляду альтернативних варіантів політики і прийняття рішення. У такий спосіб у демократичних країнах забезпечують ефективний діалог між урядом і громадськістю та врахування позицій груп громадськості під час процесу вироблення державної політики.

### **Залучення громадськості до участі – показник рівня розвитку громадянського суспільства**

Необхідним елементом демократії є залучення громадськості до процесів вироблення політики і прийняття політичного рішення. Залучення громадськості – це активна участь громадян та їх об'єднань (організацій) за власною ініціативою у формуванні публічної політики, а також у її реалізації та оцінці. Саме цей тип комунікаційної взаємодії, що є принципово двостороннім, відкриває шлях реального партнерства [127].

Владні структури повинні забезпечувати участь громадськості в процесі прийняття рішень уже на ранніх етапах, коли відкриті всі можливості для розгляду різних варіантів дій і коли участь громадськості може бути найбільш ефективною.

Громадськість повинна знати про:

- проект рішення або характер можливих рішень;
- державний орган, відповідальний за прийняття рішень;
- передбачувану процедуру;
- можливості для участі громадськості;
- час і місце будь-якого запланованого обговорення чи громадського слухання;
- наявність відповідного офіційного органу, до якого можуть надсилатися зауваження чи запитання;
- терміни подання зауважень або пропозицій.

Владні структури зобов'язані по завершенні розгляду питання, що обговорюється, інформувати про те, якою мірою було враховано думку громадськості.

Участь громадськості не повинна здійснюватися за якихось особливих обставин: вона повинна бути частиною повсякденного життя громадян, права й обов'язки яких передбачають сприяння вирішенню питань життєдіяльності громади не лише під час виборів, але й у міжвиборчі періоди. Дослідники виділяють різноманітні типи і види участі [128]. Класифікацію розпочинають з *нульового рівня участі*, який виявляється в повному незнанні людиною того, що вимагає участі, або в повній непоінформованості. Наступний рівень – *пасивна*

*участь*: людина читала або чула про те, що вимагає участі, тобто знає про подію, яка має відбутися. *Участь у наданні інформації* – це коли людина не просто знає про майбутню подію, а надає інформацію, яка може бути корисною під час проведення заходу. У випадку, коли людина висловлює свою думку про певну подію (захід, явище тощо) або пропонує шляхи вирішення проблеми, вона виявляє свою *участь шляхом консультування*. Владні структури розвинутих країн часто використовують тип залучення громадян до *участі за матеріальні стимули* (ними можуть бути безоплатне надання певних послуг, різні пільги, бонуси тощо). Однак, тут потрібно враховувати, що зацікавленість з боку громадян може зникнути, якщо зникне стимул. Якщо людина, розуміючи важливість проблеми, вирішила для себе взяти участь у її розв'язанні, вона опиняється на *функціональному рівні участі*. Перебування на *інтерактивному рівні участі*, або *участі шляхом взаємодії* відбувається тоді, коли людина вирішує увійти до складу громадського комітету (ради чи іншого консультативного органу), який має на меті впливати на прийняття владних рішень. Найвищий рівень участі – це *рівень самооблізації*, коли громадянин самостійно, незалежно від органів влади, вирішив зорганізувати групу інших громадян на вирішення певної проблеми.

Досягати високих рівнів участі, проминувши нижні її щаблі, неможливо. Перехід від нижчих рівнів участі до вищих відбувається поступово, в процесі розвитку демократичних інститутів суспільства та зміни ціннісних орієнтацій від надмірного контролю влади до надання громадянам можливостей виявляти ініціативу та здійснювати інновації.

У багатьох демократичних країнах упродовж кількох останніх десятиліть досить ефективно виявилася низка механізмів, методів та процедур участі громадськості в процесі розробки політики, кожен з яких має свої переваги й недоліки і використовується для різних цілей. Професійні експерти [129] виділяють, зокрема, наступні:

*громадські ради, дорадчі комітети* тощо, які є важливим елементом залучення громадян до процесу управління та сприяють підвищенню рівня обізнаності громадян у міжвиборчий період;

*громадські слухання*, що розглядаються як форум, на якому громадяни, їх об'єднання та посадові особи різних рівнів збираються разом для обміну інформацією та думками щодо різних питань соціокультурного розвитку;

*громадська експертиза як проектів*, так і рішень влади та їх наслідків;

*громадський контроль* за дотриманням представниками влади законів та власних же рішень;

*громадянська просвіта* як комплекс заходів з інформування та мотивації великої кількості громадян з метою вирішення нагальних проблем громади; це базовий елемент, передумова формування «культури участі»;

*дослідження (ініціатив)* за участю всіх зацікавлених сторін як інструмент підвищення активності громадян, ідентифікації проблемних зон громади;

*звітні картки*, які використовують для визначення ставлення населення до пев-

них проблем місцевих громад, а також для спрямування політики, подальших дій владних структур та недержавних організацій з метою покращення рівня життя;

*організація громади* на принципах самоорганізації з метою впровадження змін у політиці на місцевому рівні;

*соціальний моніторинг* як процес, що дозволяє громадськості відстежувати впровадження державних рішень на місцевому рівні, визначати їх ефективність та адекватність, а також надавати свої пропозиції щодо поліпшення процесу ухвалення рішень;

*створення коаліцій* як добровільне (формальне чи неформальне) об'єднання недержавних організацій, що відстоюють спільні інтереси;

*участь у стратегічному плануванні* для забезпечення оптимальних шляхів економічного, соціального та культурного розвитку громад;

*участь громадян як платників податків у фінансовому плануванні*, формуванні місцевого, регіонального, державного бюджетів.

Звичайно, наведений перелік не є вичерпним, до нього можна додати такі ефективні форми участі громадськості, як демонстрації/мітинги, пікетування, збір підписів на підтримку колективних протестів, проведення громадських розслідувань у випадках порушень прав та інтересів громадян. Вибір методу (або комплексу методів) участі громадськості є особливим, специфічним у кожному конкретному випадку й залежить від проблеми, яка потребує розв'язання.

Зупинимося детальніше на принципах діяльності *громадських рад* при органах державної влади – одній з найбільш поширених у світі форм управлінської демократії через залучення громадян до участі.

Під поняттям «громадські ради» розуміють «...утворення за участю представників громадськості, що мають внутрішню формалізовану структуру, за якими державні органи закріплюють певні повноваження та з якими консультуються в питаннях прийняття й виконання державних рішень» [130; с.24]. Громадські ради в тій чи іншій формі існують практично в кожній державі. Такі ради поширені в Сполучених Штатах Америки, в Канаді працює Королівська Комісія, Хорватія має урядове Бюро співробітництва з недержавними організаціями (НДО), у Словаччині утворено Державну раду неурядових неприбуткових організацій, в Естонії діє загальнонаціональний Круглий стіл неприбуткових організацій. Угоди про співпрацю між урядом та неурядовими організаціями (СОМРАСТ) підписали Велика Британія, Польща, Хорватія, Франція та інші країни. У державах – учасниках Європейського Союзу запроваджені так звані Зелені та Білі книги, в роботі над якими громадськість взаємодіє з урядом.

Громадські ради можуть створюватися з різною метою від експертних консультацій з екологічних чи інших спеціальних питань, участі в розробці законодавства до участі в підготовці державного бюджету та моніторингу його виконання, а також здійснення окремих державних функцій, делегованих громадській раді відповідним органом. До складу громадських рад (колегій), що є дорадчими органами, входять,

як правило, представники громадських організацій, науково-дослідних установ, ЗМІ, інших недержавних інституцій, а також органів виконавчої влади.

Ідеальна громадська рада повинна якнайповніше представити різноманітні громадські інтереси (в т.ч. конфліктуючі) з питання, що розглядається. Склад громадської ради прямо залежить від цілей, для яких вона була утворена. Як правило, до кандидатів у члени громадських рад серед інших вимог застосовують такі ж вимоги, що й до осіб, які мають право голосу на виборах. У багатьох країнах це особи віком від 18 років, котрі мають громадянство країни. В окремих випадках, як-от: необхідність вирішення проблем молоді, іммігрантських спільнот тощо розглядається можливість зниження вікового цензу або введення до складу громадської ради осіб, які не є громадянами цієї країни, але проживають у ній тривалий час.

Члени громадської ради, згідно зі світовою практикою, можуть обиратися, призначатися або ставати членами шляхом сповіщення. Можливим при формуванні громадської ради є й змішаний принцип, коли частина членів призначається державними органами, а інша частина обирається. Найбільш демократичним способом формування рад, який може забезпечити реальне представництво громадських інтересів і сприяє підвищенню довіри громадськості до роботи ради, вважається обрання членів. Розповсюдженою є не лише практика висунення кандидатів громадськими організаціями, а й можливість для самовисування. Так, згідно з Кодексом проведення виборів у пріоритетні ради м. Дейтона (США) будь-хто має право висунути свою кандидатуру на вибори, якщо збере щонайменше 25 підписів зареєстрованих виборців<sup>11</sup>. Інші міста Америки перейняли досвід Дейтона, створивши аналогічні громадські ради.

Призначення членів як основний метод формування громадської ради характерний для експертних рад, діяльність яких має інформаційний або консультативний характер. Наприклад, створена Міністерством соціальних справ Данії Рада з питань інвалідності складається з голови й 14 членів, яких призначає міністр. 7 членів Ради призначаються за рекомендацією Асоціації рад графств Данії й решта – за поданням або міністрів, або місцевої влади.

*Набуття членства шляхом сповіщення* як спосіб формування громадської ради трапляється рідко. Прикладом може бути Громадська консультативна рада при мері м. Саратова (Російська Федерація)<sup>12</sup>. Представник будь-якої громадської організації, яка діє на території міста та зареєстрована в установленому порядку, може подати заяву щодо вступу до ради. Заявник стає членом ради лише після того, як координаційна група ради перевірить на відповідність формальним вимогам заяву та інші

<sup>11</sup>Цит. за: <http://www.governing.com/archive/1992/dec/citizen.txt>

<sup>12</sup>Положення об Общественном консультационном совете при мэре города Саратова, утверждено Постановлением мэра города от 6 марта 2002 г. №187 – Цит. за: Боржелли Н., Брайт В. Общественные советы как механизм консультаций государства с общественностью//Громадські ради як інструмент впливу на формування державної політики. – К., 2003. – С.24-29 [130].

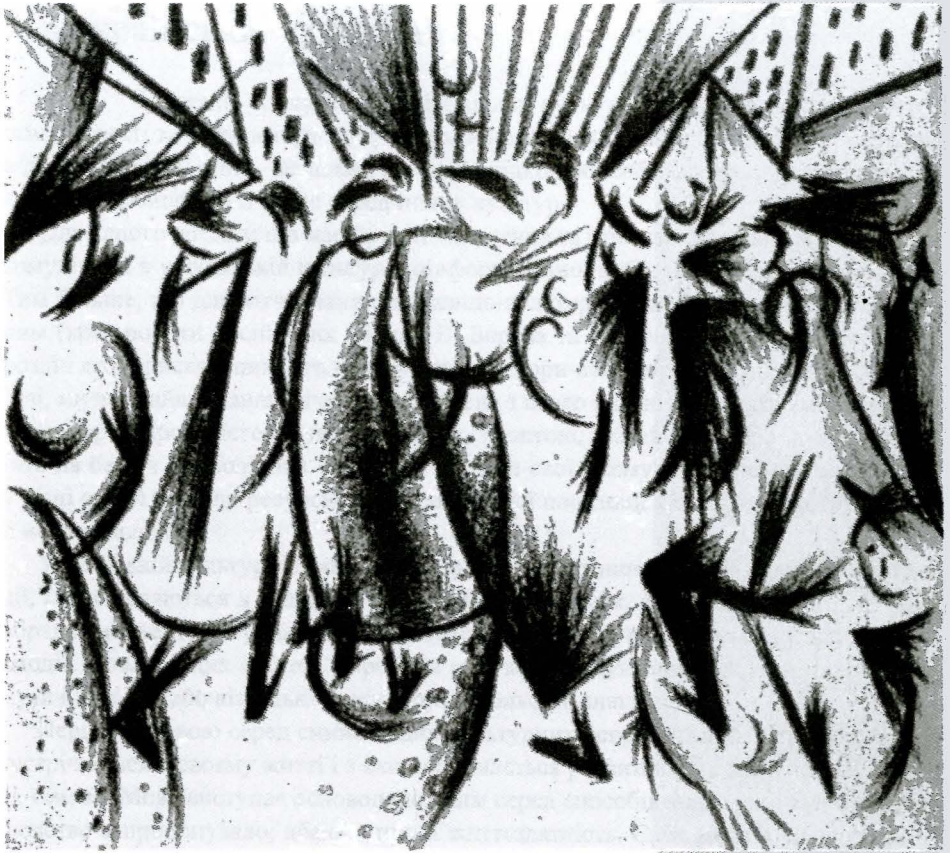
необхідні документи про заявника й організацію, яку він представляє, та сповістить про це заявника.

Представники державних органів також можуть бути членами громадських рад, однак, вони призначаються, як правило, з метою здійснення організаційного забезпечення роботи ради (організації зборів, опублікування протоколів засідань і ЗМІ та мережі Інтернет, сповіщення громадськості про майбутні засідання тощо).

Результатом діяльності ради та показником її ефективності є вплив на державні органи в питаннях, які цікавлять громадськість. Ступінь впливу на державні органи залежить від характеру рішень громадської ради, який може коливатися від консультативно-дорадчого до обов'язкового. Як правило, рішення та рекомендації громадських рад не носять обов'язкового характеру, але враховуються органами влади, оскільки містять результати дослідження реальних потреб усіх верств населення, допомагають раціонально використовувати кошти та планувати роботу в майбутньому.

Таким чином, основами ефективної комунікації між владою та громадськістю, умовами досягнення порозуміння в суспільстві стають прозорість і відкритість влади, її спрямованість на діалог з різними групами громадськості на всіх етапах прийняття рішень. У типології комунікаційних відносин між владою та громадськістю акцент зміщується з інформування, яке раніше вважалося найбільш ефективним методом у відносинах з громадськістю, на консультування та залучення громадян до участі. Участь громадськості в процесі розробки та прийняття рішень, можливість впливу на процес вироблення та реалізації політики є одним з наріжних каменів функціонування *громадянського суспільства*, під яким розуміють ідеально-типову категорію, що «... описує та унаочнює складний і рухливий комплекс захищених законом недержавних інституцій, які здебільшого є ненасильницькими, самоорганізованими, саморегульованими, перебувають у постійному зв'язку одні з одними та з державними інституціями, які є для них «рамкою», звужуючи та водночас уможлиблюючи їхню діяльність» [131; с.15]. Саме рівень розвитку громадянського суспільства є показником ефективності демократичних процесів.

РОЗДІЛ ТРЕТІЙ



РОЗВИТОК КОМУНІКАЦІЙНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ У КУЛЬТУРІ УКРАЇНИ:  
ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ





## Історичні форми комунікації в українській культурі

Вивчення конкретної національної культури в семіотико-комунікативному аспекті та з точки зору того, в яких основних формах відбувалася її трансляція в даному суспільстві, – це шлях, що може відкрити особливі, специфічні риси цієї культури, визначити її місце серед інших культур.

Для даного розділу, що має на меті виявлення та стислий огляд історичних форм комунікації в українській культурі доінформаційної доби, обраний саме цей шлях. Тим більше, що для вітчизняних науковців-культурологів він ще не став утворюваним (крім роботи російських учених В. Борева та А. Коваленка [132], невеликий розділ якої присвячений загальному огляду історичних форм комунікації в суспільстві, ми не знайшли аналогічних досліджень з цього питання в українській науковій літературі). Проте, історія української та, зрештою, й будь-якої іншої культури, багата на безліч символічних форм, які завдяки своїм комунікаційним властивостям у різні епохи ставали ресурсами для соціальної побудови культури, конструювання її нових смислів.

Українській культурі історично притаманні найрізноманітніші форми комунікації, що виявляються в складних символічних системах, якими є традиції, звичаї й обряди, мистецтво й релігія, мова й освіта, політична влада та міжкультурна взаємодія. Кожна з цих систем виробила свої коди комунікації – звукові (вербальні, музичні та ін.) або візуальні (жести, рухи, кольори, знаки тощо).

Першочерговою серед символічних культурних репрезентацій, з якими людина зустрічається в своєму житті і з яких починається розвиток національної свідомості, є *мова*. Мова виступає основоположним серед способів трансляції культури, які людство запропонувало, дбаючи про її життєздатність. Саме мова в універсальній формі синтезує багатовіковий досвід оперування з дійсністю, кристалізує й відшліфовує засоби описання будь-яких властивостей, якостей, дій, навичок тощо. За допомогою мовної дескрипції можна в абстрагованій формі транслювати будь-які відомості культури.

Мова є однією з найважливіших історичних форм комунікації в українській культурі. Облишимо в стороні дискусії навколо питання суспільного функціонування української мови в різні історичні часи. Зупинимось на більш актуальній для нас комунікативній функції мови, яка «... справді структурує комунікацію і свідомість та служить своєрідним клеєм, що тримає культуру вкупі, забезпечуючи спільні понятійні поля... Як і всі символічні форми, мова є ресурсом для соціальної побудови або деконструкції культури» [72; с.126].

На базі мови як засобу трансляції сформувалися різноманітні форми відтворення культурного потенціалу, що сприяють прилученню нових поколінь до культурного фонду нації. Різноманітні кодово-символічні комунікаційні форми виробила упродовж віків українська народна творчість. У казках, легендах, міфах, прислів'ях і приказках закладалися і передавалися з покоління в покоління найважливіші суспільно-культурні цінності та моделі людської поведінки, що вважалися зразковими для членів української спільноти. «Мудрий не все каже, що знає, а дурень не все знає, що каже», «Знаєш – кажи, не знаєш – мовчи», «Старе скаже на глум, а ти бери на ум» [133; с.90-94], - у цих та інших сентенціях народна мудрість зберегла кодифіковані норми міжлюдської комунікації, а також світоглядні настанови, уявлення про красу, сімейне щастя, суспільну справедливість, цінність знання й освіти тощо. Через фантазмагоричний світ українських казок і легенд у символічній формі постають одвічні поняття добра і зла, любові й ненависті, оспівуються вірність, чесність, сила, прагнення до взаємодопомоги, кмітливість та інші риси людської вдачі.

До специфічних форм міжпоколінної комунікації, сформованих на базі мови, належать *освіта, виховання, навчання*. У них наявними є всі формальні характеристики комунікації, зокрема, комунікатор (учитель, наставник, метр), аудиторія (учні, вихованці, послідовники), інформація (конкретний зміст повідомлення певного фрагмента культури), спосіб передачі повідомлення (усний, письмовий, наглядний, у процесі конкретної практичної діяльності), мета передачі (відтворення знання, вміння, системи цінностей).

Комунікативна структура освітнього процесу може бути визначена як обмін діяльністю. У процесі передачі знань відбувається розосередження діяльнісної активності на певну сукупність центрів, одні з яких грають роль втягнення інших у певну діяльність, що й складає завдання освіти як форми комунікації.

Взагалі, освіта в Україні ще з періоду Київської Русі орієнтувалася на європейську культурну традицію, яка, в свою чергу, з часів античності ґрунтувалася на письмових текстах і передбачала суворо регламентовану за методикою навчання систему трансляції знань. Навчання мало колективний характер; учитель виступав посередником між певним інформаційним банком знань та учнями, що прагнули їх отримати. Пізнавальна активність при цьому йшла від педагога, котрий намагався передати знання учням. Отже, комунікаційний потік інформації в цій системі передачі знань був одновекторним, спрямованим від учителя до учнів, а сам процес навчання включав три окремі, але взаємопов'язані між собою елементи: знання, зафіксоване в текстах; учитель, котрий транслює знання; учні, котрі за допомогою вчителя сприймають тексти й знання, акумульовані в них<sup>13</sup>.

<sup>13</sup>Протилежною до європейської була східна модель освіти, що спиралася на усну форму передачі інформації. Вчитель у ній не виконував роль посередника між знанням та учнем, а асоціювався з самим знанням. Він був гранично мовчазним, пасивним у своїй транслятивній функції; пізнавальна активність походила від учня, котрий своїм бажанням наблизитися до знання схилив учителя до того, щоб той дозволив йому прилучитися до знання.

З античності через Візантію була запозичена й система освіти, в основі якої лежали логічні науки або органон. Органон включав у себе тривіум і квадрівіум – сім вільних мистецтв. У тривіум входили: граматики – наука про загальні правила побудови мови, діалектика – наука про засоби обговорення і вирішення проблем і техніку наукового доказу, а також риторика – наука про аргументацію в публічному мовленні, необхідну при дискутуванні проблем і питань практичного характеру. Квадрівіум, що завершував загальну освіту, складався з математичних наук: арифметики, геометрії, астрономії та музики.

Особлива роль у розвитку форм публічної комунікації належала риторичі – вченню про закономірності ораторської мови. Головним змістом риторичі з античних часів вважалася теорія аргументації в публічній промові, «здатність знаходити можливі способи переконання відносно кожного даного предмета» (Аристотель). Завдання ж риторичі полягало в тому, щоб зробити більш переконливими моральні принципи, на яких ґрунтується суспільне життя, поставити їх вище за егоїстичні та матеріально-практичні міркування. В українській культурі риторичні традиції з'явилися через візантійські впливи: вже в XI столітті деякі письменники (митрополит Іларіон, Клим Смолятич, Кирило Турівський та інші) дбали про красу вислову, використовуючи з цією метою порівняння, поетичні образи та багаті засоби візантійського красномовства. Оскільки головним предметом середньовічної риторичі є церковна проповідь, то запровадження цієї науки в українських навчальних закладах у XVI – XVII століттях (братські школи, колегії, академії) мало на меті підготовку проповідників, котрі могли брати участь у богословській полеміці (зокрема, з єзуїтами).

Мовленнєву основу мали також історичні форми *суспільної та міжкультурної комунікації*. Під першою розумітимемо комунікаційну взаємодію між владою та народом, спрямовану на пошук шляхів взаємовигідного партнерства та ефективного діалогу.

Усвідомлення важливості суспільних форм комунікації прийшло ще в добу язичництва, коли для обговорення та вирішення важливих громадянських справ збиралися «віча» (громадські сходи), тобто наради старших членів родів чи сімей. Князі тоді ще не мали великої сили, вони мусили дослухатись до рішень громади.

У часи Київської Русі ситуація дещо змінилася: князі, маючи велике військо для оборони та воєнних походів, уже не питали в будь-якій справі порад у громади. Радилися лише з військовою старшиною та зі своїми боярами, а того, хто їм противився, сажали до в'язниці або вбивали.

Проте, так чинили не всі правителі давньоукраїнських земель. Наприклад, київський князь Володимир, відомий у народі як «Володимир – красне сонечко», прагнув єдності розрізнених князівств, але не з позиції сили й страху перед київською дружиною. Він хотів побудувати міцну державу завдяки добровільним внутрішнім зв'язкам, щоб міста й землі бачили свою користь і вигоду в тому, аби належати до Київської держави. Саме тому Володимир «...не став правити самовільно з своєю

дружиною, а закликав на пораду й громадських “старців” – людей старших, поважніших... Він старався придобрити собі громаду, добути її любов і ласку... При різних okazіях робив великі пири, празники, скликав на них людей з різних городів, приймав тих, хто приходив, годував і напував чим мав” [134; с.46].

У часи Галицько-Волинської держави віча як прообраз сучасних форм демократичної комунікації в суспільстві не зникли: в деяких землях вони були досить частим явищем. Віче мало повноваження не тільки вирішувати громадські справи, а навіть заміняти князів, якщо вони не йшли в лад громаді. Однак, віче було виразом думки не всього громадянства, а лише його вищих верств, особливо міського боярства.

Розвиток суспільних форм комунікації в Україні зазнав свого злету в козацьку добу, коли для вирішення воєнних походів, укладення союзів, розділення січових земель, ведення судів, виборів гетьмана та іншої старшини відбувалися козацькі ради. За давніми військовими звичаями, на раду скликали, б'ючи у бубни чи литаври або стріляючи з гармат. Обговорення спірних питань відбувалося під проводом гетьмана або одного з генеральних старшин. Товариство заявляло свою згоду криком та підкиданням шапок догори; перемагала та сторона, що мала за собою безсумнівну більшість. Коли траплялося, що сторони були рівні, могло дійти й до гострої боротьби, навіть зі зброєю. Рада, як і будь-яке велике зібрання, легко піддавалася демагогічним впливам, була химерною й перемінливою в своїх рішеннях, легко йшла на авантюрні пригоди. На заваді цьому часто ставали старинні козаки або січові діди, котрі були носіями січової традиції.

Видатний український історик І. Крип'якевич вважав, що козацька (або, за іншими назвами, військова, повна, генеральна) рада втратила своє значення від часів Богдана Хмельницького, відколи найважливіші справи вирішував сам гетьман зі старшиною. Наприкінці XVII ст. вирішальне місце зайняла “...рада старшини, до якої належала генеральна старшина, полковники, деколи також представники полкової й сотенної старшини. Ця рада збиралася звичайно на Різдво або Водохрещі та на Великдень і мала характер постійного парламенту. Тут вирішували всі справи внутрішньої й заграничної політики, організацію адміністрації, судівництва, податків, війська, воєнні походи – взагалі все, що торкалося державного життя Гетьманщини” [135; с.155-156].

Крім внутрішньосуспільної комунікації важливе значення в українській історії та культурі завжди мала комунікація зовнішня, міждержавна, міжкультурна. Як правило, цей тип комунікації здійснювався через укладення шлюбів владних осіб із правителями інших держав. Син уже згадуваного київського князя Володимира Ярослав, котрий був одним з найсильніших володарів тодішньої Європи, мав близькі й партнерські відносини з багатьма іноземними правителями. Тісні зв'язки (в тому числі родинні) еднали його зі скандинавським світом – з варягами, до яких він звертався за допомогою у скрутні часи. Сам він був одружений з донькою шведського короля, котра по-християнському звалася Іриною. Норвезький коро-

левич (згодом – король) Гаральд Сміливий, що здобув своє прізвисько за подвиги та сміливість у воєнних походах, довго подорожував Руссю й оженився з донькою Ярослава. Інша донька Ярослава Анна стала королевою Франції, а після смерті свого чоловіка короля Генріха ще 15 років правила цією країною при своєму синові, королі Філіпі, здобувши славу мудрої правительки.

Київський княжий рід був також споріднений з багатьма німецькими та угорськими княжими домами, жвавi контакти були весь час із Візантією – могутньою імперією, територія якої включала Грецію, Болгарію, Сирію, Палестину, частину Месопотамії, Закавказзя та Південне узбережжя Криму. Як відомо, одним з найважливіших наслідків міжкультурної взаємодії з Візантією було офіційне запровадження християнства на Русі в 988 році.

До найдавніших кодово-символічних комунікаційних форм належать *звичаї, традиції і обряди* українського народу. Звичай – це спосіб людської діяльності в побутовій і професійних сферах, що спирається на певні кліше і передається від одного покоління до іншого через спеціальний код наслідування без жодних змін. Звичай, як і обряд, традиція, належать до традиційної форми засвоєння культури, а основним їх носієм є «покоління».

Серед звичаїв, що посідають чільне місце в українській духовній культурі, – традиція поминання, вшанування предків, хоча її значення змінювалося в різні часи.

Так, звичай носити «траур» сягає прадавніх, дохристиянських часів, але первісно його значення було зовсім іншим, ніж сьогодні, коли чорна пов'язка (хустка) та відповідного кольору одяг сприймаються як знак скорботи за померлим родичем. У ті часи люди ще не знали, що робити з тими, хто помирав чи вже був на грані смерті. Традиції ховати, хоронити померлих ще не існувало, отже, в одних випадках родичі відносили померлих подалі від оселі – в пустелю, лісові хащі чи гори, в інших – з'їдали покійного родича. Оскільки їли, як правило, вже труп свого предка, це виявлялося смертельно небезпечним і для живих родичів спочилого, і для сусідів, тож і був винайдений спосіб попередження громади про таку загрозу особливими позначками – на житлі, одязі, тілі. У даному випадку «траур» як певна кодова система має комунікаційну функцію попередження про смерть і смертельну небезпеку. Наводячи цей приклад, С. Безклубенко вважає, що саме від доісторичного звичаю з'їдати тіло й пити кров померлого предка походить і християнський обряд Причастя: «цілком реальне поїдання справжнього шматочка хліба та пригублення справжнього червоного вина, які слугують символами тіла та відповідно – крові Ісуса Христа, а відтак і удаваними засобами містичного воз'єднання з Богом – не що інше, як ... віддалене історичне відлуння звичаю поїдання трупів предків» [136; с.242].

З розвитком духовного життя наших пращурів з'являються похоронні обряди: вже в кам'яну добу для мерців споряджали окремі посмертні житла, де їх ховали з певними церемоніями, наділивши всім необхідним для вічного життя. Часто тіло небіжчика «мастили чи посипали червоним порошком (охрою), і той порошок осідав на костях, коли тіло згнило. Такі могили з червоними кістками йдуть через усі

степи наші від Кубані до Бессарабії. Видно, що й тоді червоний колір став уже кольором жалю, як пізніше мерців накривали червоною китайкою» [134; с.23]. Проте, як показало дане дослідження, семантика червоного кольору з плином часу обростала все новими й новими значеннями.

Важливу комунікаційну функцію в поховальному обряді мала традиція виконання голосінь, які дослідники відносять до епічного виду музично-поетичної творчості. Голосіння походять від ритуального оплакування загиблих воїнів та князів під час тризни, коли вважалося за необхідне переказати життєві досягнення й бойові якості небіжчиків.

А найбільш важливим в українській культурі здавна був і до сьогодні залишається обряд вшанування предків, у якому яскраво втілилася ідея безпосередньої комунікації з померлими родичами. У часи язичництва перед настанням Нового року, який тоді відзначали навесні, люди вважали за доцільне «поспілкуватися» з предками. Доросле населення, здебільшого жінки, йшли на могилки, прибирали їх, речитативом-голосінням оповіщали покійників про родинні новини, просили заступництва з їх сторони. Потім запрошували їх до себе додому на гостину, після чого влаштовували їм шанобливі проводи.

У часи християнізації внаслідок багаторазового перенесення початку Нового року стародавній обряд ніби розколовся на дві частини: зимову, коли спілкуються з душами померлих предків удома (Святки), та весняну, коли навідуються на кладовище, до місця їх останнього земного перебування (Проводи, Гробки, Поминальні дні тощо) [136; с.61]. Таким чином, метою символічного «спілкування» з предками, поклоніння їм, ушанування їх пам'яті було прагнення заручитися їх підтримкою в найбільш важливий момент квітнення збіжжя, знайти сприяння в усіх добрих починаннях на цьому й на тому світі.

Наскрізь комунікативною є символіка українського весілля, починаючи вже з обряду сватання. Так, символом згоди дівчини та її родини на шлюб були рушники, якими перев'язували сватів, а обмін паляницями символізував повагу родин одна до одної. У разі, коли дівчині не подобався парубок або існували якісь інші причини, через які вона не хотіла виходити за нього заміж, хлопцеві підносили гарбуза.

З особливою поетичністю у весільному церемоніалі оспівано дівочу гордість – косу, що є символом дівування, дівочої краси, гарної вдачі, зовнішньої та внутрішньої чистоти. З кошою «... пов'язані не тільки чисто символічні, але й етичні норми, глибокий підтекст народної моралі – про дівочу честь і цнотливість, котрі за всіх часів були найвищим взірцем шляхетності» [137; с.48-49]. Отже, обряд розплітання (відрізування) коси молодій та одягання на голову очіпка символізували набуття дівчиною нового соціального статусу: перехід її до громади молодих, тобто заміжніх жінок.

Моральні чесноти нареченої – непорушна дівочья честь, цнотливість – ставали символічною основою обрядових дійств другого дня весілля. Головне атрибу-

тивне значення мав весільний прапор, який вивішували на хаті молодого<sup>14</sup>. В його кольорі була закодована інформація про моральні якості нареченої та наслідки кохання дівочою свободою. Так, вивішування червоної хустки було знаком чесності молоді; в протилежному випадку вивішували вимазану саженою шлюбну сорочку, облитий чорнилами прапор, брудну ганчірку з печі, мітлу, опудало, банку від дьогтю, іншу «погань». Широко відомим був звичай вимазувати дьогтем ворота або вікна оселі нечесної нареченої, а в деяких регіонах України (зокрема, на Черкащині) надівати на її матір хомут [138; с.195].

Символами дівочтва, «чесності» нареченої були калина й червоний мак. Калину ставили на стіл, вішали під дахом, прикрашали нею пляшки з напоями, навіть співали спеціальних сороміцьких пісень. «Хліб, який лежав на столі перед молодими, перев'язували червоною стрічкою, а той, що посилали матері молоді, прикрашали ще й калиною. Червоною ниткою обсновували хату й подвір'я» [139; с.184].

Як бачимо, семантика червоного кольору, який в доісторичну кам'яну добу був ознакою печалі, жалю, зазнала докорінних змін: з певного часу червоне є також символом сонця, життєвої енергії, плодючості та відтворення в природі. Взагалі, дуальність Еросу й Танатосу (смерті), їх постійна співприсутність у ритуальних текстах свідчить про наявність певної спільної кодової структури, бо «... любовна пригода майже завжди поєднана з інтригою смерті, і навпаки, ... біля небіжчика дуже часто з'являються привид чи маска еротизму» [140; с.120]. Недаремно в ритуальних іграх і забавах біля мерця на Закарпатті існують елементи імітації статевого акту: їх магічним сенсом є стимулювання родючості, захист живих від помсти і нападу злих духів<sup>15</sup>.

Уявлення про невідокремленість любові, життя від смерті пов'язане в традиційній українській культурі з особливою концепцією тіла, яке є цілісним космосом, яке «сплетене зі світом, з тваринами, з речами» (М. Бахтін). Людське тіло – це своєрідний код, інформаційно-енергетичний згусток, що поєднує два світи: реальний і потойбічний, матеріальний і трансцендентний.

Між цими двома полюсами – життя і смерть – постійно балансують, виявляючись у безлічі комунікаційно-символічних форм, інші українські традиції, обряди та повір'я, зокрема, пов'язані з побутом. У науковій літературі досить детально описані символіка та ієрархічний простір української хати з обереговими функціями дверей, порога, вікон, сволока, пікної діжі та ін., магічними властивостями печі, ритуальним значенням столу й, звичайно, найвищою сакрально-культурною цінністю покуті.

Важливою ознакою української національної ідентичності, комунікаційним ко-

<sup>14</sup>Цей звичай є пережитком стародавньої традиції публічного демонстрування сорочки молоді, описаної французьким мандрівником і дослідником Гільйоном де Бопланом ще в першій половині XVII століття.

<sup>15</sup>Цей обряд яскраво відтворено в фільмі С.Параджанова «Гіні забутих предків».

дом родоводу, суспільного становища людини, майнових, професійних, регіональних відмінностей є традиційний народний одяг. Через особливості крою, характер оздоблення, використання в обрядах одяг несе відомості про побут українського народу, засвідчує численні зв'язки та контакти України з іншими державами і певні історичні періоди (скіфські, візантійські, польські, балтійські та інші впливи) [141]. Кожна суспільна верства одягалася по-іншому й навмисне намагалася відрізнитися від тих, кого вважала нижчими від себе.

Так, у козацький період нашої держави шляхта одягалася в стилі Ренесансу, розповсюдженого в Європі. Козацькі чиновники (офіцери) пристосували цей одяг до військових потреб, використовуючи короткі жупани, широкі штани (шаровари) і плащ-кирею. Існували й докладні приписи про одяг «виборних козаків», затверджені в 1763 році гетьманом Кирилом Розумовським: «... каптан мав бути суконний, темно-синій з червоними вилогами, підперезаний червоним поясом» [142; с.260-261]. Символіка червоного в даному контексті розкриває свою нову грань – це колір урочистості, парадності, святковості.

Традиція прикрашати одяг поясами, які були зручним місцем для збереження грошей, вкладання грошей, листів, курева та інших дрібничок, наприкінці 17 – початку 18-го століття значно поширилася: їх стали носити не лише представники козацької старшини, а й шляхтичі, міщани та інші верстви населення. Надзвичайного розповсюдження набули слудькі золототкані пояси, які були чотиристоронніми і одягалися: білою стороною – на весілля, червоною – на іменини й у гості, сірою – при офіційних прийомах, а чорною – при похованні.

Як бачимо на прикладі лише одного елемента вбрання – поясу – одяг крім функціонального та естетичного має потужне інформаційно-комунікаційне значення в українській культурі.

З українським побутом пов'язано виникнення і розквіт різних форм *народного мистецтва* від декоративно-ужиткового (вишивки, кераміки, гончарства, різьбярства, килимарства, писанкарства тощо) до народної хореографії, вокальної та інструментальної музики. Більшість дослідників схиляються до думки, що найдавніші форми *декоративно-ужиткового мистецтва* були не чим іншим, як своєрідним засобом фіксації і поширення в часі і просторі корисної інформації або, іншими словами, міжпоколінної комунікації. Оригінальна символіка, що дійшла до нас у малюнках, орнаментах зразків народного візуального мистецтва, в одних випадках мала культовий, сакральний зміст, у інших – якості емблеми, знаку племені, власника тощо, в третій була наочним знаряддям з певних етапів землеробства чи інших життєво важливих видів людської діяльності. Не буде перебільшенням сказати, що давні символи, знаки-руни українських писанок, вишивок, розписів слугували медіумами, через які здійснювався комунікаційний зв'язок між людиною і природою, всесвітнє єднання всього суцього.

Найбільшою складністю для сучасних дослідників є розшифровка візуальних символів-кодів. Зокрема, дослідники давньої української *кераміки* припускають,



що в овалах, напівовалах, концентричних колах на посуді могли бути показані символи рослинності, злаків, обробленої землі. Насінину позначала ямка, завиток, засіяні поля – чотирикутні чи інші ділянки з нанесеними на них рисочками, крапками. Композиції з вертикальних ліній, хвиль, овалів могли бути знаками дощу, хмар, води; «сліди» тварин мали виразну мисливську семантику; сітчасте штрихування, що могло уявлятися як тенета, слугувало знаком рибальства, відлову звірів, птахів [143].

У виробках українського гончарства більш пізнього періоду (як відомо, цей вид декоративно-ужиткового мистецтва досяг свого найвищого рівня в 17-18 ст.) панівне місце посідали рослинні квіткові орнаменти, вигадливі картуші і традиційні геральдичні знаки-мотиви; популярними були фігурні композиції, передусім, на мисках і кахлях. У цей час у давніх керамічних осередках України були створені гончарські цехи, продукція яких, у залежності від якості і вартості, задовольняла запити різних суспільних верств. Посуд, як одяг та інші предмети побутового вжитку, теж є комунікаційним кодом соціального стану людини, майнових, професійних, регіональних відмінностей.

Так, Київ з околицями на той час був одним з найбільших центрів керамічного виробництва і забезпечував високоякісним дорогим посудом заможних людей. Тут виготовляли з білих глин глечики, дзбанки, вази, миски, ринки, барилка, кухлі та інші гончарські вироби, покриваючи їх соковитою зеленою поливою або вимальовуючи на жовтому тлі черепка барвисті рослини й квіти. З 18 ст. вироби київських майстрів набувають ще більшої пишності, в композиціях розписів з'являються людські постаті.

Провінційні гончарні центри Василькова, Дитинців, Білої Церкви, Умані та ін., на відміну від київського осередку, задовольняли посудом бідних ремісників та селян. Тому їх розписні кольорові вироби були значно простішими та дешевшими. Глечики для води, олійні лампи та каганці, люльки з зображенням жіночих голівок і тварин та інша продукція Гончарної Слободи – своєрідного осередку на півдні Правобережжя – призначалася спеціально для запорозьких козаків.

У 17-19 століттях кожний район гончарного промислу виробив характерні художні особливості оздоблення, які залежали від природних якостей матеріалів, технологічного рівня виробництва, локальних традицій тощо. Зокрема, серед численних полтавських осередків гончарства (Глинськ, Зіньків, Миргород, Ромни) найвизначнішим у 18 ст. була Опішня, де виготовляли різноманітний святковий посуд для напоїв: дзбанки, баклаги, барильця, куманці, а також декоративний посуд скульптурного характеру – баранці, леви, коники, півні тощо, оздоблені квітковим орнаментом. Подільська кераміка, яку виробляли в Барі, Бубнівці, Гайсині, Кам'янці-Подільському, Лютичеві, Смотричі та ін., окрім чітких рослинних візерунків мала ліплені фігурки тварин і пташок на покривках дзбанків, ринок тощо. Слобожанська цехова кераміка 18 ст. в головному центрів виробництва – Харкові – вирізнялася тисненими геометричними візерунками, подібними до різьблених на

дереві, і синьою кобальтовою поливою. Синій колір залишався домінуючим і в наступні століття. Гончарі з західноукраїнських земель (Львова, Потелича, Яворова, Коломиї, Пустиня, Ужгорода, Мукачєвого та ін.) надавали перевагу теракотовому й сірому посуду, любили також виготовляти каганці й свічники, здебільшого декоровані «мармуруванням»<sup>16</sup>.

Отже, принципи орнаментування, добору кольорів і техніки розпису та інші специфічні особливості технології гончарного ремесла виступають у ролі комунікаційних знаків-кодів, доносячи до нас крізь віки інформацію про унікальні традиції гончарства кожного регіону України.

Філософські погляди, вірування, уявлення про світобудову закодовані в найкращих зразках вишивки, декоративного розпису, писанок.

В орнаментах української *вишивки* «... у переважній більшості бачимо знаки родючості, які є втіленням стародавніх вірувань про жінку – носія родючості; сонячні (сонячні) знаки та символи води, знаки землі, зораного чи засіяного поля; рослинний орнамент: дерево життя, гілки, квіти тощо» [144; с.25-26]. Троянда в орнаментальній символіці мала подвійне значення: з одного боку, ця квітка нагадує сонце, отже, в узорах, укладених по спіралі, символізувала безперервний сонячний рух з вічним оновленням, відбивала просторово-часові уявлення щодо космогонічного циклу. Розуміння ж троянди як зірки та включення її в систему геометричного узору було уособленням уявлення народу про Всесвіт, тобто світове дерево, гілки, стовбур і коріння якого моделюють Універсум на рівнях макро- (небесний світ), мезо- (земний світ) і мікрокосмосу (підземний світ).

*Народне декоративне малярство*, що має витoki від древніх настінних розписів, розповсюджених в Україні з доісторичних часів, доносить у сучасний світ символіку, художні принципи, поетичний світогляд вільнолюбних мешканців козацького, хліборобського краю. Цей вид візуального мистецтва створювався в суголоссі з природою, віддзеркалюючи гармонію духовних зв'язків людини з навколишнім світом. Елементи й мотиви настінних розписів часто запозичувалися з ткацтва, килимарства, вишивки, кераміки; багато елементів (різноманітні кольорові смуги, крапки, карнизи, виділені кольором цоколі, зигзаги, криві тощо) сягають корінням в орнаментуку давніх примітивних культур, у яких найголовнішу роль відігравали мотиви геометричного та рослинного світів. Зокрема, хвиляста або зигзагоподібна лінія («кривулька»), зображена горизонтально, семантично пов'язувалася з водою, а та ж лінія в вертикальному положенні асоціювалася з рослиною [145; с.34].

Дуже сильний вплив на розвиток народного декоративного малярства мало художнє мистецтво епохи бароко.

Реліктом безперервної народної художньої традиції, що з глибини історії делегує в ХХІ століття унікальну культуру Придніпров'я – колиски запорізького козацтва, його могутню демократичну традицію, патріотичний дух, своєрідність національ-

<sup>16</sup>Інформацію взято з сайту <http://www.honchar.org.ua>

ного світосприйняття та глибину народного образотворчого мислення, є Петриківський декоративний розпис. Основною для петриківських майстрів була ідея циклічності життя як символу вічності, що проводилася не лише в сутності творів народного мистецтва, а й у звичаї щороку заново створювати настінні розписи, що відповідало природній потребі людини в оновленні життєвого середовища. У 19 ст. настінний Петриківський розпис, що завжди робився природними барвниками, виготовленими з соків рослин, переходить зі стіни на папір, барвники змінюються на фабричні, опановуються різні техніки водяних та олійних фарб. Виконаний на папері розпис зберігав визначене протягом віків місце в інтер'єрі: за традицією, це була широка домінуюча лиштва вздовж сволока стелі та вузькі бігунці по слижах і карнизах комина, печі. Кульмінацією інтер'єру була розписана піч із головною композицією «Дзеркала», де зображено символічне «Дерево життя».

Уявлення про світобудову заковане з давніх-давен і в українській писанці, яка, за легендою, мала всередині не жовток з білком, а зародок цілого світу. Розмальовані яйця-писанки (та їх різновиди – крапанки, дряпанки, крашанки, мальованки, галунки тощо в залежності від техніки оздоблення та місцевої традиції) є символом весняного відродження природи, оберегом, ритуальним знаком. Найпоширенішими мотивами писанкарських розписів є Безкінечник, Колесо вічності, солярні знаки, зірки, різні форми триад; ромби як символи жінки – Праматері, священна свастика – символ вогню, серця, хреста, сонця; спіраль, трирог та ін. Згодом з'являється християнська тематика: трикутники (знак Святої Трійці), християнські хрести як символ безсмертя душі тощо.

З природою, землеробським циклом, побутом пов'язують зародження і розвиток *народного музичного мистецтва*. Тоді ще далеке від задоволення естетичних потреб, воно часто мало сигнальну функцію, як, наприклад, давній український інструмент трембіта, на якому виконували (а в деяких гірських районах Закарпаття й досі виконують) сигнали збору худоби, початку й кінця робочого дня, тривоги, а також різдвяні, поховальні та інші обрядові награвання. В інших випадках вокально-інструментальне та хореографічне мистецтво на ранніх стадіях відіграло роль своєрідної “технологічної пам'ятки” (С. Безклубенко), слугувало засобом накопичення й передачі наступним поколінням корисного досвіду. Пісні й танці спочатку були “вплетені” безпосередньо в трудовий процес, становили його органічну й дуже важливу частину. Технологічний характер певного виду виробництва, зокрема, членування операцій, їх послідовність, частота, тривалість, повторюваність тощо, задавали ритм трудовим “пісне-танцям”, а смисл цього процесу надавав їм внутрішнього змісту.

Прадавнє синкретичне музичне мистецтво, в якому поза, жест, рух, малюнок танцю були невіддільні від слова, звуку, інтонації, ритму, приваблює нас ще й тому, що в ньому задіяні два канали передачі інформації, злиті воедино звуковий та візуальний коди. Сутність такого “подвійного кодування” криється не лише в посиленому емоційному впливі давнього мистецтва, а й у наявності в ньому різних типів

комунікаційних зв'язків. За М. Каганом, в основі всієї трудової діяльності людей лежить зорове, візуальне сприйняття світу, що пов'язує людину з природою, тобто є каналом зв'язку з навколишнім світом. Слух же пов'язує людину, головним чином, не з природою, а з іншими людьми, тобто є одним із необхідних каналів спілкування з собою подібними.

Яскравим зразком міжлюдської та суспільної комунікації був унікальний жанр української музично-поетичної творчості – дума, що виник у добу Ренесансу, а найбільшого розквіту досяг в епоху бароко. Виконувані мандрівними незрячими музикантами – бандуристами, кобзарями, лірниками, котрі протягом декількох епох були свідками та активними учасниками реальних історичних подій, – українські думи посилювали патріотичні почуття в народі, піднімали бойовий дух тих, хто йшов боротися за незалежність України. Барокове світосприймання і стиль, що виразно позначилися на розвитку української думи, деякі історики (зокрема, Д. Наливайко) вважають ключовими для історії всієї української культури. Скоряючись характерній для бароко універсальності, прагненню до всеохоплюючого викладу, творці українських дум складають значні за обсягом твори, інколи по кілька десятків куплетів. Не менш важливим є «внутрішнє прагнення охопити історію від її початків до сучасності, представити її як неосяжний, динамічний процес, розбурхану ріку, що через сучасність рине в майбутнє» [146; с.19]. Серед інших рис барокового світосприймання і стилю в українській думі проявляється «ідея «світу – театру», реалізуючись у філософічному погляді на історію як на грандіозний театр, вражаючий і повчальний, з тенденцією до організації потоку історичних подій у низку патетично-драматичних епізодів і пишних мізансцен. Дається взнаки ... і загальне тяжіння бароко до патетичної риторики, в якій тоді вбачали засіб досягнення піднесеності й величі...Властиве їй і загальне прагнення бароко до посиленої емоційної дії, що знаходить вияв у підвищеності тону розповіді, наповненні її риторичними фігурами, запитаннями, вигуками...» [145; с.20].

Сила емоційного впливу дум була настільки великою, що наприкінці ХІХ століття російський царат змушений був видати указ про заборону бродяжництва, який торкнувся, в першу чергу, талановитих співців української історії. Потужний комунікаційний ресурс цього жанру усної народної творчості пов'язаний не тільки з емоційною впливовістю музичного мистецтва, а й, насамперед, із тим, що він спирається на вже згадувану в цьому розділі ефективну систему символів – мову.

Важливою історичною формою комунікації в українській культурі є релігія, яка виступає не тільки способом пізнання, освоєння та перетворення людиною світу, а й потужним засобом комунікації між людиною і Богом, Творцем.

У релігійних поглядах давніх слов'ян найвищий Бог виступає під різними назвами: Перун – бог громів, Хорс – сонце, Сварог – вогонь, Дажбог – податель добра. Поклонялися також Велесові (Волосові), богу багатства й худоби, Стрибогові, богові вітрів; шанували різні другорядні божества, такі як русалки, мавки, водяники, лісовики, домовики та інші.

Язичницький світогляд із притаманною йому системою багатобожжя ґрунтувався на одухотворенні всіх навколишніх предметів і явищ, наділенні їх якостями, характеристиками, бажаннями, способами дії тощо, подібними до людських. У часи, коли добробут родини залежав від стану навколишнього середовища, людина шукала прямих та опосередкованих «засобів впливу» на сили природи – ліси, річки, поля, птахів і звірів, звертаючись до них, апелюючи, комунікуючи з їхніми «духами».

С. Безклубенко вважає, що «створивши ці «духи» за своєю подобою, люди й прагнули вступити з ними в стосунки на звичайнісінький, типово людський манер. То сподівалися ласкавим словом повернути «їх» на дружбу й співробітництво, то намагалися залякати «їх», всліяко ремствуючи та шантажуючи, а то й грубою силою даючи «їм» справжнісінького прочухана, примусити «їх» служити собі, то знову й знову стараючись догодити – відводили найкращі будинки для схову, розважали співами й втішали танцями, пригощали найсмачнішими вишуканими стравами... Словом, прагнули налагодити стосунки з «духами» і відповідності з усезагальним принципом еквівалентних взаємин: я – тобі, ти – мені» [136; с.251].

Найпоширенішим засобом паритетної комунікації в справі здобуття прихильності богів і «духів» вважалося частування, оскільки завжди напівголодним людям їхні божества уявлялися теж любителями смачних наїдків. Страви для «духів» називалися жертвами і приносили їх на різних місцях. В особливій пошані були деякі річки, болота, колодязі; жертвували також у гаях, під старими деревами, при вогнищі. І. Крип'якевич вважає, що слов'яни не мали окремих жерців, кожний складав жертви сам [135; с.37].

Проте, жертвоприношення було не єдиним способом комунікаційної взаємодії з божествами в язичницькому світі. Упродовж багатовікової практики виробились і звичайнісінькі інші дієві засоби налагодження стосунків із «духами», зокрема:

- молитва, тобто прохання, благання;
- заговор – своєрідний різновид молитви;
- засоби умилостивлення «духів»: від пригощання різними їстами (у т.ч. птахами, тваринами і навіть людьми) до надання «духам» житла (спорудження божниць, храмів);

- розважання ритуальними піснями й танцями.

Коли «мирні» засоби були вичерпані, а результату не досягнуто, вдавалися до войовничих засобів-дій, до яких належали:

- грозьба – своєрідний різновид молитви, в якій замість добрих обіцянок виголошуються жажання різними карами, якщо «дух», до якого звертаються, не прислухається й не зважить на прохання;

- закляття і прокляття – різновиди заговору, але з негативним підтекстом і вішуванням катастрофічних для неслуха наслідків;

- розтрощення – фізична кара, побиття аж до знищення зображення «духа» (ідола, ікони), його символу (святого каменя, дуба, стовпа тощо) та «житла» (храму) [136; с.258-259].

До речі, наші пращури мали небагато фігурних зображень богів. Скупі історичні відомості тих часів (зокрема, «Повість минулих літ») доносять до нас інформацію про те, що в Києві тільки перед княжим двором стояли статуї головних божеств, зокрема, Перун із дерева зі срібною головою та золотими вусами. Деінде траплялися, як і в інших народів світу, глиняні, кам'яні, кістяні скульптурні зображення людиноподібної істоти з гіперболізованими ознаками жіночої статі – широкими стегнами, мішкоподібним животом, великими грудьми, яка мала символізувати плодючість усього живого, тобто найбільшу загадку природи – таїну відтворення життя.

Ідоли, яким поклонялися давні слов'яни, з'являлися з малооформлених колод, «неоковирних обрубків», але, незважаючи на неестетичний і непрезентабельний вигляд, виконували потужну комунікативну функцію. На думку П. Гнедича, «убрані в шати і прикраси, ці дерев'яні статуї повинні були збуджувати в черні невольне благоговіння своїм напівлюдським виглядом» [147; с.102].

З прийняттям християнства ідолів старої народної віри почали нещадно знищувати. Сам князь Володимир, перейшовши у християнство, розтрошив язичницькі скульптури древніх богів разом із храмом, що були зведені за його ж наказом за кілька років перед тим. На місцях, де стояли ідоли богів, побудували християнські святині – церкви, краса і велич яких поволи стирала пам'ять про давню просту віру.

Християнство значно розширило перелік комунікативних засобів, угодних Богові; дотримання праведного (правильного з точки зору морально-етичних норм християнства) способу життя – життя во Христі – повинно було гарантувати людині Божу благодать, єднання з Господом як на землі, так і після смерті. Отже, основними комунікативними засобами істинного християнина є:

- дотримання 10 заповідей, виголошених Ісусом Христом у Нагірній проповіді (Мт. 5-7);
- молитва. Найсильнішою молитвою-зверненням до Бога Євангеліє визнає «Отче наш»;
- піст – свідоме обмеження раціону харчування, відмова від їжі тваринного походження, пов'язана з певними датами церковно-християнського календаря (Різдвяний, Великодній пости, Петрівка та ін.);
- десятина – відмова від десятої частини прибутків на користь церкви;
- стриманість у думках, словах, вчинках тощо як спосіб життя;
- щоденне читання Святого Письма, розмірковування над християнськими прирочками та іншими морально-етичними сентенціями Біблії;
- покаяння (сповідь) і Причастя як засіб прилучення до Христових Таїн.

Центральний магічний обряд християнства – покаяння, сповідь, духовне очищення перед лицем Господа – був узаконений православною церквою в 16 сторіччі і відтоді став одним з найбільш дієвих засобів впливу на людську поведінку.

Ідеї духовного очищення, катарсису існували ще за часів Платона. В його антропологічному вченні, спрямованому на глибинне осмислення людини, значну роль посідає міф про візницю, що керує двома кіньми. Білий кінь – символ розуму, по-

міркованості й раціональності, а чорний кінь-горбун – це афект, пристрасть і збудження, символ душі. Чорний кінь постійно хоче вирватися з упряжки, але візниця (тобто інтелект людини) весь час натягує віжки. Єднання двох коней – це й є катарсис, тобто очищення душі через біль, страх і співчуття.

Катарсичні ідеї Платона підготували інтелектуальний ґрунт для християнства. Необхідність покаяння виводиться з християнського вчення про невикорінну гріховність людини, її нездатність протистояти злу власними силами. Вважається, що гріх – злочини, свавілля, беззаконня, супротив святій Божій волі – це «чорне тавро», яке до кінця днів перебуває на совісті й не змивається нічим, окрім таїни покаяння. Таїна сповіді-покаяння є велика милість Бога до слабкого та схильного до падіння людства, це доступний всім засіб, що веде до спасіння душі.

Святий праведний Іоанн Кронштадтський писав: «Сповідатися в гріхах треба частіше для того, щоб розбивати, бичувати гріхи відкритим визнанням їх і щоб більше відчувати до них огиду» [148; с.6]. Гріх вважається найбільшою перешкодою в комунікації між Людиною і Богом. Один сподвижник благочестя, образно уподібнивши гріхи до цеглин, говорив, що чим більше нерозкаяних гріхів на совісті у людини, тим товстішою є стіна, складена з цих цеглин-гріхів, між нею та Богом. Стіна може стати настільки товстою, що людина перестає бути чуливою до впливу Божої благодаті і відчуває на собі душевні й тілесні наслідки гріхів.

До душевних наслідків відносяться нелюбов до окремих людей, роздратованість, нервозність, страхи, напади озлоблення, депресія, розвиток шкідливих звичок, зневіра, нудьга, розпач тощо, які в крайніх формах іноді переходять у потяг до самогубства. До тілесних наслідків відносяться хвороби, що в християнській релігійній традиції тим чи іншим чином пов'язуються зі скоєними раніше гріхами [148; с.4-5].

Під час сповіді-покаяння відбувається велике диво милості Божої до того, хто согрішив, таїна примирення Бога і людини. Після чистосердечного каяття в гріхах перед Богом у присутності священика як свідка покаяння при читанні ним спеціальної молитви сам Господь, відповідно до християнського вчення, Своєю всесильною десницею розбиває стіну з гріхів-цеглин, руйнуючи перепону між Богом і людиною.

Форма покаяння в присутності священика (але не перед священиком: будучи сам людиною, він є лише свідком, посередником між Богом і людиною) була встановлена самим Ісусом Христом. У Євангелії від св. Іоанна описується епізод зі Світлого Воскресіння Христового, коли, явившись апостолам, «...Він дихнув, і говорить до них: «Прийміть Духа Святого! Кому гріхи простите, – простяться їм, а кому затримаєте, то затримаються!» (Ів.20, 22-23). У християнстві дуже високо цінується моральний аспект викриття гріховності в присутності священика, що вимагає немалих зусиль із подолання сорому та призводить до незрівнянно більш глибокого й серйозного усвідомлення особистої неправоти, духовного полегшення, а часто – й до психологічної розрядки. Як правило, сповідь передувала причастю й була

засобом духовного відродження людини, утримання її від аморальних вчинків у майбутньому.

У християнській релігійній громаді протягом багатьох сторіч також формувалися гомілетичні традиції, тобто принципи комунікації через проповідницьке церковне слово. Наука про церковне красномовство або проповідництво називається гомілетикою.

Проповідь – це продовження справи Ісуса Христа через розповсюдження євангельського вчення про спасіння в живій промові перед народом. Сутність проповіді полягає в сповіщенні про настання Царства Божого та необхідності покаяння як головної умови спасіння людини та входження в це Царство. У перші християнські часи проповідь була скоріше співбесідою, коли в невеликих общинах при зібранні віруючих відбувався обмін думками на церковно-релігійні теми під проводом головного наставника – пастиря. У наш час проповідник виступає з промовою перед народом, як оратор, отже, проповідь повинна бути побудована за законами ораторського мистецтва: має бути логічною, продуманою, зрозумілою, добре засвоєною й такою, що відповідає основним обов'язкам оратора по відношенню до слухачів, вираженим у старовинній риторичній формулі: «docere, delectare, movere» («вчити, подобатися, вражати»). Однак, на відміну від звичайної промови, проповідь повинна обов'язково мати прямий зв'язок із вченням про Христа і бути проникнутою полум'яною любов'ю до Слова Божого. Як писав Архієпископ Аверкій (Таушев) у підручнику з гомілетики, «проповідь должна действовать на просвещение нашего ума, разъясняя ему Божественную истину и рассеивая мрак заблуждений; проповідь должна действовать на чувство, представляя нам всю гибельность нашего греховного состояния и всю бесконечность любви Божественной, уготовавшей нам спасение; проповідь в особенности должна действовать на волю, возбуждая в ней стремление отказаться от греховной жизни, влекущей нас в погибель, и начать идти спасительным путем к достижению духовного совершенства, или, что то же, nasledованию Царствия Божия» [149]. Таким чином, гомілетичні традиції привчали проповідників піклуватися не про зовнішній формальний бік складання проповідей, а про той вплив, який матиме проповідь на слухачів. На думку відомих проповідників, якими були Іоанн Златоуст, Блаженний Августин, Григорій Богослов, св. Василь Великий та інші, проповідь повинна переконувати в необхідності здійснення важливої справи, якою є виправлення морального стану людини. Тому надзвичайно важливим є зворотний зв'язок – відгук, який проповідь знаходить у серцях прихожан, змушуючи їх змінюватися, очищатися від гріхів, самовдосконалюватися. Для цього в богословській науці склалося декілька видів проповідей: омілія або роз'яснювальна бесіда на теми Священного Писання; проповідницьке слово, яке змістовно пов'язане з ідеєю церковного року; катехизичне повчання, яке викладає елементарні уроки віри, моральності та богослов'я; публіцистична проповідь, яка відповідає на питання сучасності й пов'язана з сучасним світоглядом, модними течіями та хворобами часу.



Взагалі, з точки зору формальної передачі і розповсюдження інформації релігія була й є комунікацією ефективною за змістом і досить художньою за формою. Вона максимально використовує в своєму арсеналі різноманітні канали, засновані практично на всіх рецепторах людського організму (зір, слух, нюх, безпосередній рух, власний голос, пам'ять, уявлення тощо). Вплив релігійного служіння спрямований як на свідоме, так і на підсвідоме сприйняття; звернення до окремої особи чергується з апеляцією до всього приходу.

Сила впливу релігії та її намагання зробити універсальним і всеохоплюючим діалог людини з Богом є ефективними ще й тому, що для своїх потреб церква використовує не тільки різні канали передачі інформації, а й різні комунікаційні форми (в тому числі описані в даній статті) від обрядових, освітньо-виховних, мовних, мистецьких до феномена “самоспілкування”, внутрішнього діалогу, “автокомунікації” (Ю. Лотман). Відправляючи молитовне звернення-послання до Господа, релігійна людина одночасно відправляє його й собі, видозмінюючи, трансформуючи свою свідомість та людське ество на глибинному рівні.

Таким чином, у даному розділі здійснено огляд найважливіших історичних форм комунікації в українській культурі. До них належать:

- **мова**, а також міжособистісні та суспільні форми комунікації, що ґрунтуються на мовному досвіді, зокрема, усна народна творчість; освіта, виховання, навчання; ранні форми управлінської демократії (віче, козацькі ради); міжкультурна комунікація тощо;

- **звичай, традиції, обряди** українського народу, пов'язані з землеробським календарем, культом ушанування предків, побутом тощо;

- **мистецтво** в розмаїті його форм (декоративно-ужиткове, музичне та ін.);

- **церква й релігія** як особливий тип комунікаційної взаємодії, що синтезує елементи практично всіх попередніх типів.

Даний розділ не містить історичного огляду технічних засобів передачі інформації, що в певному розумінні можуть характеризувати стан української культури, а саме: розвиток транспортних комунікацій, пошти, друкарства, телеграфу тощо. На нашу думку, це тема окремого дослідження, що може збагатити українську культурологію новими цікавими історичними фактами. Ми ж лише доторкнулися до деяких текстів культури – складних, ієрархічних, глибинних, здатних завдяки унікальним властивостям потужних комунікаційних систем, що містяться в них, пронести крізь віки культурно-художню єдність нації, здійснити зв'язок минулого з майбутнім. У цьому сенсі широкий, безмежний світ української культури, наскрізь пронизаної комунікаційними кодами-символами, дає всі підстави для подальших наукових розробок проблеми культурної комунікації в національному контексті.

## Теоретичні моделі комунікації в аксіологічних орієнтирах особистості українця

Змістовне наповнення соціокультурної комунікації обов'язково включає орієнтаційну складову, яка допомагає споживачеві інформації краще орієнтуватися в системній структурі природного та соціального простору, ієрархічній співвіднесеності його елементів, формує екзистенційні та ціннісні орієнтації, задає критерії оціночних міркувань, пріоритетів, вибору тощо. Завдяки ефективній соціокультурній комунікації відбувається становлення певного типу світогляду, суспільної свідомості, трансляція відповідних норм соціальної поведінки і взаємодія соціальних об'єктів, що в своїй сукупності утворюють символіко-семіотичне поле формування аксіологічних орієнтирів і ментальних структур особистості. У зв'язку з цим мету даного параграфу визначимо як виявлення теоретичних моделей комунікації в аксіологічних орієнтирах особистості.

Апеляція до категорії ментальності в даному контексті не є випадковою. Питання про цінності та ціннісні (аксіологічні) орієнтири становить головну смислову вісь, становий хребет ментальності. У різні віки основою гуманітарних досліджень універсуму був пошук його аксіологічного центру. Зокрема, в античності таким центром вважався Космос, у добу Середньовіччя – Творець. Сучасні науковці також не припиняють спроб визначення ціннісно-смислового центру Всесвіту, хоча поки що ці спроби не увінчалися успіхом. Але в будь-яку епоху подібне дослідження виходить із прийнятих у даному соціокультурному співтоваристві аксіологічних орієнтирів, етичних норм, естетичних канонів, релігійних вірувань, досягнутих знань та інших змістовних компонентів культури, взаємопов'язаність та інтеграція яких у сучасній науці позначається терміном «менталітет».

У методологічному плані даний підхід є феноменологічним. Досліджувані норми й канони, вірування та орієнтири складають феноменологічну площину культури, в якій і існують групи людей та окремі особистості з притаманною їм ментальністю. Остання виявляє себе через заборони, що діють у даній культурі і відмежовують дозволене від забороненого, а також через приписи й максими, які задають парадигми нормальних реакцій, поведінкові взірці, базову типологію оцінок тощо. Таким чином, феноменологічний аналіз змістовного шару культури при дослідженні ментальності є необхідним, але недостатнім: природним і закономірним доповненням феноменологічного підходу є комунікативний, особливо актуальний в сучасному світі. Але перш, ніж ми перейдемо до розкриття комунікаційних моделей, що на глибинному рівні детермінують ціннісну складову соціального буття особистості, зупинимося на деяких особливостях категоріального статусу понять «ментальність» і «менталітет».

У науковій літературі не простежується чіткого розрізнення цих двох понять: одні автори використовують термін «ментальність», інші – «менталітет». Широко

розповсюджене ототожнення менталітету й ментальності і використання цих слів у якості синонімів є результатом розмитого уявлення про їхній предметний зміст, що обумовлене самою природою феномена: ментальність всюдисуща, вона пронизує все людське життя, будучи присутньою на всіх рівнях свідомості і поведінки людей, а тому так важко її визначити, ввести в якісь рамки.

Проте, спроби визначення й розрізнення цих двох понять, нечіткість інтерпретації яких призводить до змішування й інших понять, через які повинна відкриватися сутність означників, усе ж таки здійснюються. Однією з найбільш вдалих, на наш погляд, є спроба авторів монографії «Лики ментальності і поле політики» [150], котрі розуміють поняття ментальності як груповий процес символіко-семіотичного моделювання, що перманентно протікає, не усвідомлюється індивідами та структурує стильову когнітивно-емоційну одноманітність картини світу соціо- та/або лінгвокультурної спільноти, тоді як більш уживане слово «менталітет» означає змістовні сторони феномена.

«Загальні категорії уявлень», «уява», «світогляд», «глибинні та архаїчні шари психіки», «неусвідомлене», «повсякденна сторона свідомості», «установки», «поведінка» – все це визначення ментальності. Існують і варіанти визначення категорії ментальності через не менш сміливі й такі, що вимагають уточнення, поняття «національний характер» або «національна свідомість». Як у науковій, так і в повсякденній свідомості терміни «ментальність» і «менталітет» устигли «обрости» широким віялом значень, коннотативних смислів, хоча й продовжують залишатися конкретно означуваними лише на рівні ідіолекту. Об'єктивне психологічне вивчення реальності, відображуване зазначеними поняттями, вимагає чіткого й максимально однозначного трактування їх змісту. Визначаючи розуміння ментальності як процесу «вторинного перекодування» картини світу за допомогою знакових систем, як способу реалізації моделі світу в різноманітних семіотичних втіленнях, які утворюють універсальну систему, що має природу семіосфери, будемо виходити з того, що поняття «менталітет» відображає наявність певного змісту цієї системи, позначення якої дозволяє намітити структурні зв'язки між елементами не лише в процесуальному, але й у функціонально-змістовному аспектах.

Якщо погодитись із твердженням, що ментальність задає ядро культури та окреслює можливий і доречний діапазон семіотичних засобів культурного будівництва, то виникає потреба в розкритті цих засобів і їх первісних, вихідних смислів у даній культурі. Як зазначалося, вони репрезентуються через діючі в культурі заборони, приписи і максими.

Безсумнівні після З.Фрейда привабливість забороненого й відторгнення нав'язуваного призводять на практиці до настійного та перманентного порушення заборон. Людина постійно прагне проникнути в зону забороненого, зваблена кодом «хочеться, тому що це не дозволено». Саме тому, на думку культурологів, найсильніші заборони, систематичне порушення яких зруйнувало б культуру, в ній не формулюються, не кодуються через «не можна». Вони фундують і пронизують

культуру в зовсім інший спосіб: лише в неявному вигляді їм вдається набути непохитної міцності забобону. Зрозуміло, що такі глибинні заборони лише другорядно, неповно можуть бути виражені максимами і приписами; немає їх і серед сформульованих заборон.

Вони існують у сфері дозволеного, яка опосередковує заборони і приписи. Це зона свободи, персонального вибору, де свідомо особистість, не примушувана соціальним тиском, не обмежується нічим, що примушувало б її робити вчинки згідно з якимсь шаблоном, забороняло б ініціативу та оригінальність. Звичайно, й ця зона осяяна світлом максим, орієнтованих на загальні цінності, проте, сама можливість вибору цілком і повністю залежить від індивідуального рішення. Тут можливі практично всі рішення, навіть найбезглуздіші. «Можна, бо має сенс» – таким є код дозволених і прийнятних рішень. «Можна, але непотрібно, адже не має сенсу» – код дозволених, але неприйнятних рішень.

У зіткненні цих кодів – таїна й несвідомість первинних смислів культури. Абсурдне не потрібно спеціально забороняти, воно є скомпрометованим набагато глибше, взагалі викинуте за межі смислів. Мова, проект, рішення чи установка можуть бути правильними чи неправильними, красивими чи потворними, ефективними або неефективними, але не можуть не мати смислу. Саме на цій уявній межі, яка розділяє осмислене й безглузде, і розташовані невидимі людському оку фундаментальні імперативи та аксіологічні орієнтири, що в своїй сукупності утворюють феномен ментальності.

Коди дозволеного й забороненого, осмисленого й безглузлого, що перетинають простір смислів культури, формуються в ментальних структурах свідомості як джерело семіотичних моделей. Однією з найсуттєвіших є модель (картина) світу, яка, на думку В. Топорова [151], є результатом переробки інформації про середовище й саму людину, причому «людські» структури і схеми часто екстраполюються на середовище, що описується мовою антропоцентричних понять. Оточуюча дійсність представлена не як результат переробки первинних даних сприйняттям, а як результат їхнього вторинного перекодування за допомогою знакових систем. Інакше кажучи, модель світу реалізується в різноманітних семіотичних втіленнях, жодне з яких не є повністю незалежним: всі вони скоординовані між собою й утворюють єдину універсальну систему з природою семіосфери, яку й називають ментальністю.

Дослідження ментальності та її психологічних механізмів, що лежать в основі її формування та функціонування, вимагає обговорення процесуальних аспектів ментальності – ментальних структур<sup>17</sup>. Ці структури – внутрішні репрезентації або коди, за допомогою яких знання про оточуючу реальність представлені в свідомості людини – породжують численні моделі (картини) світу – «метафори, засновані

<sup>17</sup>Сучасна когнітивна психологія отожднює поняття «ментальна структура» і «ментальний процес», вважаючи, що структура і процес рівною мірою беруть участь у переробці інформації [156].

на спостереженнях і висновках, зроблених із цих спостережень, які описують, як виявляється, зберігається та використовується інформація» [152; с.44].

Найбільш відомими гіпотезами, кожна з яких досить витончено й теоретично обґрунтовано описує кодування інформації в процесі створення внутрішніх уявних образів реальності, є радикальна гіпотеза образів [153], концептуально-пропозиціональна гіпотеза [154] та гіпотеза подвійного кодування [155]. Суттєвим для нашого дослідження є відзначений більшістю авторів факт, що кодування інформації охоплює декілька рівнів когнітивної обробки, кожний з яких «переписує» її своїм особливим способом (за допомогою образів, схем, концептуальних узагальнень, у знаковій та символічній формі тощо). Вчені-психологи також резонно зауважують, що на всіх етапах обробки існує певна надлишковість інформації, тобто її більше, ніж необхідно для розуміння. Надлишковість присутня на рівні цілісних мовних одиниць – семантем, лексем і висловлювань, а також міститься в коннотативних і контекстуальних значеннях окремих фрагментів дискурсу.

Упорядковане накопичення інформації розширює можливості розуміння світу як усього сущого, сприяє виникненню в тій чи іншій культурі певної моделі (картини) світу, що може інтерпретуватися як основа, базис відповідної ментальності. Виявлення специфіки будь-якого типу культури розпочинається з її співвіднесення з певною моделлю універсуму, відкритими нею смислороджучими кодами і просторами небезглуздої мови, з особливостями дискурсу і набором найсуттєвіших тем, включених у перманентні дискусії, якими захоплена конкретно-історична людина. Реконструкція переліку найбільш вагомих тем, що перебувають у комунікаційному полі наших сучасників, дозволяє не лише виявити базові характеристики ментальності, а й висловити припущення щодо сучасної моделі універсуму, яка їх продукує.

Першою помітною відмінною особливістю сучасного універсуму дослідники вважають її *техногенний характер*. На відміну від «дикої природи», де кожна жива істота сама пристосовується до світу, сучасна цивілізація ґрунтується на ідеї пристосування, підкорення дійсності потребам людини. Сучасний техногенний універсум немислимий поза межами штучного світу артефактів, що складають щільну й малопроникну оболонку, яка оточує людину та оберігає її від «дикої природи».

Домінантою людського буття в техногенній цивілізації є *активність, діяльність, перетворення*. У цьому – характерна відмінність, специфіка і сутність ментальності сучасної людини, котра оточила себе оболонкою артефактів і навіть саму себе здатна ідентифікувати як діяльну істоту. Сучасні дослідники однак тлумачать когнітивні акти, побудову сприйняття та мовні ігри як активістські; навіть цінності, смисложиттєві аксіологічні орієнтири, на їхню думку, швидше створюються, ніж споглядаються. Конструювання й практика стоять у витоків пізнання й вінчають його, складають його ціль та основу. В цілому, головне призначення і спосіб буття сучасної людини нині втілюються в діяльності, що досягає й перетворює світ.

Діяльнісна активність людини безупинна, адже це спосіб і умова її буття. У не-

зворотному потоці часу скрізь присутня діяльність людини з перетворення природи, суспільства, самої себе, творення історії. Прагнення максимально розкрити свій творчий потенціал поєднується в людині з невикорінним рухом до нових горизонтів, жагою відкриттів. Отже, інновація, оригінальність складають стрижень техногенної цивілізації, а атрибутивною рисою техногенного універсуму стає його *мінливість*, що ні на мить не припиняється.

Перетворююча сила техногенної цивілізації розкрила свою протилежну *руйнівну суть* лише в ХХ столітті з виявленням реальності екологічної катастрофи. Величезні відтворювальні сили, які людство виробило за час свого існування, та інтенсивний розвиток наукової думки дали поштовх до створення у ХХ сторіччі гігантських засобів руйнування, здатних за кілька хвилин знищити життя на планеті. “Передусім як фактор людського самознищення усвідомлюється війна з використанням засобів масового знищення і глухий кут розвитку, пов’язаний з кризою та саморуйнацією машинного виробництва... Далі ці ідеї розгортаються в концепції обмеженості терміну існування людини, вичерпаності, витраченості її суб’єктності, “висмоктуванні” людської самості машиною, “деградації” і “нівеляції” національних культур, викиданні людини автоматизованим виробництвом як непотрібного елемента” [157; с.30].

Глобальні кризи й соціальні потрясіння ХХ століття стали причиною якісного зсуву у людській психіці, появи ідей відчуження, страху, смертності людини. До того ж, у другій половині ХХ сторіччя, коли з’ясувалося, що ідеї безмежного суспільного прогресу, базованого на невичерпності природних ресурсів, настав кінець, уявлення про смертність людини розрослося і набуло загрозливих масштабів. Науково-технічний прогрес обернувся на екологічну кризу, могутній розвиток науки породив загрозу термоядерного знищення життя на планеті, а людина – “вінець природи”, потрапила у пастку власної могутності. Смертність людини починає осмислюватися не просто як індивідуальна скінченність окремого представника людства, але й як смертність самого людського роду. Людина втратила ілюзії світлого майбутнього, криза прогресу зачепила весь світ. Крах “великих ідеологій” у Східній Європі, поглиблений трагічним досвідом недавньої історії, привів до кризи сенсу існування наприкінці ХХ сторіччя.

Втручання людини у світ природи досягло планетарних масштабів, рятівна оболонка світу артефактів раптом перетворилася на джерело головної небезпеки. Людина, відчувши себе похованою під товщею «другої природи», прагне вирватися з її задушливих обіймів, шукає смисли, точки опори й нові цінності за межами штучного техногенного середовища, яке майже поглинуло її. Усе частіше людина знаходить цінності в самій собі, виявляючи себе там, де вона раніше була невидимою, і ця знайдена біологічна й соціокультурна природа, що зосередила цінності та опосередкувала взаємодію людини зі світом, стала джерелом активності.

Необхідність перегляду загальносвітових суспільних процесів з метою унеможливлення глобальної катастрофи людства й загибелі нашої цивілізації привела

до появи нової парадигми філософського розуміння змісту і сенсу людського буття, яка знайшла вираз у символічній тріаді:

*Людина – Людство – Людність.*

На основі цієї тріади та сучасного розуміння особистості наприкінці ХХ сторіччя формується концепція “*нового гуманізму*”. Вона спирається на ідею людського розвитку, звільненого від традиційної орієнтації лише на задоволення життєвих потреб. Процес самореалізації особистості людини стає стрижнем концепції “*нового гуманізму*”, а утвердження пріоритетів загальнолюдських інтересів та цінностей – домінуючим у суспільній свідомості. У цьому полягає суть “*глобального*” гуманізму нового мислення, який визначає радикальну гуманізацію суспільних відносин у світовому співтоваристві. За словами американського філософа Т. Парсонса, “*планетаризація ціннісних систем є головним напрямком сучасної духовної еволюції людини*” [158; с.3]. Нова, “*планетарна*” перспектива розвитку людства, проголошує особистість унікальною і, водночас, невід’ємною частиною універсуму. З цих позицій зрозумілими стають відкритість людини Космосу, багатомірність її внутрішнього світу, інтегративність у ставленні до інших людей, минулого і сучасного та необхідність історично-культурного доквілля людської активності [159].

Отже, центральне місце в системі глобальних процесів і ціннісних орієнтирів сучасності посідає *людина*, її суспільний розвиток, духовний світ, її майбутнє. Зростання ролі наукового знання та орієнтація на інформаційні технології зумовили абсолютно нове ставлення до людини, котра з елемента, “*гвинтика*” соціальної машини поступово перетворюється на справжнього володаря свого життя. Тому нині “*...соціальні структури потрапляють у все більшу залежність від стану духовного світу особистості, від процесів, що протікають в її свідомості і психіці, її духовного самопочуття й світосприйняття*” [160; с.71].

Відповідно змінилося й ставлення людини до соціуму. Якщо раніше соціальний світ був чітко структурований і розмежований соціально-статусною ієрархією, а людина пожиттєво прив’язана до тієї чи іншої соціальної групи, то зараз відмінності між цими групами поступово стираються; вони стають мобільнішими, втрачаючи свою замкнутість і первісну соціально-економічну природу. Як твердять деякі дослідники [161], соціальний статус особи в сучасному цивілізованому суспільстві перестає бути надбанням, що передається для наслідування, і не визначається лише позицією в структурі влади та майновими відмінностями. Найявністю у розпорядженні людини інформації, її кваліфікація, талант і здібності значно більшою мірою визначають місце особи в суспільній ієрархії, ніж влада і власність.

Реконструкція переліку найвагоміших тем, що є рушійною силою сучасних комунікаційних потоків, дозволила окреслити основні параметри сучасної моделі (картини) світу, зокрема, її техногенний, активний і мінливий характер, перетворюючи і руйнівну суть, нове ставлення до людини та її духовної еволюції. Утвердження нового аксіологічного вектору, що ґрунтується на пріоритеті загальнолюдських інтересів і цінностей, вимагає екстраполяції в конкретне соціокультурне середовище на

предмет визначення рівня відповідності основним рисам національної ментальності. Соціокультурний вимір є синтетично-акумуляючим: «численні колізії, пов'язані з мовною політикою, культурними ініціативами, прилученням до цінностей рідної та світової цивілізації тощо засвідчують неординарність і, зрештою, домінантність цього виміру для життя етносу. Як свідчить історія, соціокультурні цінності, створені етносом, мають подвійне буття – «для нього» і «для всіх», причому останнє можливе навіть тоді, коли етнос сходить з історичної арени (ассирійці, кіммерійці, етруски, шумери та інші). Наразі, включеність соціокультурних цінностей у всесвітній контекст може сприяти і самозбереженню етносу в часі (євреї, вірмени та ін.)»<sup>18</sup>.

Тож звернемося до розкриття ціннісно-сміслових кодів української ментальності. Враховуючи те, що риси феномену української ментальності описані в науковій і публіцистичній літературі досить повно, можемо, спираючись на дані численних досліджень, заглибитися в сутність цього феномена, проаналізувати характер комунікаційних зв'язків у соціокультурній системі.

«Категорії української ментальності властивий потужний синтетичний потенціал, в якому акумульований національний досвід у його селективних спроможностях щодо наскрізних внутрішніх цінностей та позитивних спонук доквілля»<sup>19</sup>. Джерелом дослідження української ментальності є тексти, що в розумінні М. Бахтіна охоплюють будь-які зорганізовані системи знаків, а також дії і вчинки. Аналіз текстів міфології, фольклору, архетипів і установок дає незліченні можливості для вивчення ціннісно-сміслових кодів, що є головними в структурі української етнічної ментальності.

«*Антеїстичний*» (*хтонічний*<sup>20</sup>) код виявляється в емоційно-шанобливому ставленні до землі, рідної природи, діалогічному спілкуванні з природним і людським оточенням, черпанні життєвих сил у постійному зв'язку з матір'ю-землею. Архетип «добрій», «ласкавій», «плодючій» землі, на думку Лесі Українки, є залишком язичництва, а на думку А. Кульчицького, характерний для українського колективного

<sup>18</sup>Цит. за: [http://www.niss.gov.ua/book/strateg2/Chast1\\_cnv.htm](http://www.niss.gov.ua/book/strateg2/Chast1_cnv.htm)

<sup>19</sup>Там само.

<sup>20</sup>Хтонізм – (гр. «земля») – культ підземних божеств. Хтонічними називалися у греків ті боги, котрі так або інакше були пов'язані з відтворювальними силами землі або з підземним світом. Культ предків, що знаходяться в підземному світі, отримав особливий розвиток у землеробських народів. Кількість хтонічних божеств була значною у давніх греків. Наприклад, у деяких містах Греції існував культ Зевса хтонічного, Гермеса, Аполлона, Діоніса, Деметри та інших богів. Хтонічні божества існували і у давніх слов'ян. Зокрема, хтонічну природу мав культ змії. Хтонічна символіка відображена вже в назвах слів «змія» і «земля». У південнослов'янських заговорах від зміїного укусу, прикладаючи до враженого місця землю, примовляли: «Земля землю цілує!» Хтонічною природою зумовлений і антагонізм змії та сонця: в південнослов'янських легендах Змія поглинала сонце та його промені, висмоктувала його очі; у повір'ях інших слов'ян сонце радіє вбитій змії, яка висмоктує його силу. Хтонізм змії досягає космічних масштабів у легендах апокрифічного походження про величезну змію в основі землі, про влетенського вужа в морі серед землі.



підсвідомого: «Не випускайте землі з рук, тримайтеся міцно за неї – вона єдина вас не зрадить» – учили селяни своїх дітей. Повага ця часто доходила до обожнювання: «Клянусь землею» [162; с.35]. Із цим пов'язана надзвичайна працездатність і працелюбовство українського народу.

Антеїстичний код української ментальності нерозривно пов'язаний з гуманістичним, доказом чого був спосіб життя українського хлібороба. Праця на землі, торгівля хлібом становили особливий вид міжетнічних, міжкультурних комунікаційних зв'язків: «...той, хто йшов торгувати хлібом до сусідів, ніколи не йшов війною... Український етнос... ніколи не був ініціатором загарбницьких воєн, кровопролитів» [163]. Гуманістичний код в українській соціокультурній традиції формувався в екстремальних умовах: благодатний клімат, природно-ландшафтні переваги, в яких людина почувалася як «у Бога за пазухою», та сприятливе геополітичне положення країни в східно-південному центрі Європи в історичному контексті означало постійну відсутність миру і спокою для нашої нації, найтяжчі соціально-політичні випробування. Україна стала ніби заложницею власних природних переваг. Проте, навіть у найтяжчі часи українці зуміли зберегти свою неагресивність, яка, з одного боку, стала основою українського консерватизму, а з іншого – «породила одну з найгуманніших людських рис, якою можуть пишатися українці – це толерантність, терпіння, приязнь до ближнього, до сусіда і просто чужого» [164; с.88].

З гуманістичним кодом пов'язана ще одна важлива особливість українського менталітету, оскільки «тривале проживання на межі ворожого кочового степу виробило в наших пращурів специфічне «екзистенціально-межове» світовідчуття – гостроемоційне переживання сьогоденності життя, життєлюбність, поетичне, пісенно-ліричне сприйняття довкілля, пріоритет «серця» над «головою» [165; с.45]. Це дає підстави говорити про *кордоцентричний* код української ментальності. Задекларована ще Г. Сковородою, «філософія серця» вважає основою людської сутності духовність, мораль, релігійне ставлення до людського в самій людині. Завдяки кордоцентризму «...етика безкорисливого служіння, самовдосконалення у нас домінує над етикою самоутвердження, у системі цінностей духовна людина й людина-художник переважають економічну людину. Українці – народ-художник, народ-поет, народ-мрійник, який звик ставитись до життя як до творчості, а не спустошливої і нудної роботи в ім'я утилітарних інтересів, і витворив дивовижно прекрасне мистецтво жити – вінець усіх своїх творінь» [166; с.132]. Отже, в ментальності українців простежується недовіра до інтелекту та його недооцінка, перевага надається почуттям, а найвагоміші здобутки належать до духовної сфери й пов'язані з філософією, мистецтвом, ліричною поезією, народною піснею тощо.

На думку М. Костомарова, В. Липинського, Д. Чижевського та інших дослідників, в українській психіці рефлексивна світоглядна установка домінує над предметною, орієнтованою на оточуючий світ. Таким чином, *інтровертивний* код української ментальності виявляється в різних формах втечі від зовнішнього світу на самоту – в ідеалізованій, вигаданій міфічній світі, у якому душа українця відчуває себе цілком

природно. Чималу роль у процесі формування й закріплення в колективній свідомості інтровертивного коду відіграв релігійний чинник, зокрема, обраний великим князем Володимиром Святославовичем східний греко-візантійський варіант християнства, що є суто інтровертивним типом релігії, орієнтованим на внутрішній світ і рефлексію, а також на відтворення певної аксіологічної парадигми.

Код інтровертивності спонукає українця звернути особливу увагу на найближче оточення – родину, яка відіграє значну роль і має величезну цінність. Без родини українець не уявляв повноцінного, змістовного життя [167; с.16]. Інтровертивність зумовлює критичне ставлення до себе, своїх дітей, розвинуте почуття відповідальності за все зроблене. Саме в українській родині формується ментальна установка поклоніння Матері – Богині, що виросла в домінуючу рису української духовності. Архетип матері в українській традиції тісно пов'язаний з культом Великої Богині, який виник ще під час трипільської культури, а потім трансформувався в культ Богородиці. «Українська релігійність – жіноча, релігійність колективної біологічної теплоти, яка переживається як теплота містична. Така релігійність відмовляється від чоловічого, активного духовного шляху. Це не стільки релігія Христа, скільки релігія Богородиці, релігія матері – землі» [168; с.25]. Архетип матері позбавляє світогляд українців агресивної активності, наслідком чого є пасивна терплячість, зменшення ролі раціонально-вольового компонента психіки та схильність до рефлексії, яка узгоджується з емоційно-чуттєвим характером. Інша ознака української релігійності, виплекана в язичництві і збережена в християнстві, полягає в тому, що «...людина стоїть у центрі Всесвіту, а відповідно, має право розмовляти з Богом «на рівних» [169; с.55].

Означені модуси комунікативності – антеїзм, гуманізм, інтровертивність – породили таку генетичну рису української ментальності, як індивідуалізм, що в крайніх формах набуває вигляду асоціального егоцентризму. Індивідуалізм виявляється в схильності до непокори, потязі до особистої свободи, розвинутих приватновласницьких інстинктів, відсутності організації, стійкості і дисципліни, а також в упертості, прагненні діяти по-своєму, всупереч розумним доказам чи порадам. Зосередженість на проблемах внутрішнього, особисто-індивідуального світу привела до переваги особистих інтересів над громадськими, що, в свою чергу, спричинило постійну соціальну конфронтацію, неможливість дійти згоди навіть у дуже відповідальні, переломні моменти історії. М. Костомаров, В. Липинський, В. Винниченко та інші дослідники вважають *код індивідуалізму* небезпечним для побудови української державності: «Українці не в змозі організуватися задля досягнення суспільного блага навіть у своєму селі і, підкорившись Богу і царю як чомусь містичному, малороси, по суті, нічим не могли задовольнитися, а справжню свободу бачили тільки в безкінечних мрях і в безмежному степу» [162; с.10].

Згідно з класифікацією К.Г. Юнга, інтровертивність із високим рівнем індивідуалізму характерна для народів Сходу. Виходячи з цього, деякі вчені схильні вважати, що закріплення подібного типу ментальності в українців було пов'язано з

двохсотлітнім періодом панування татаро-монгольської навали. Проте, М. Грушевський дотримувався іншої думки: «... у порівнянні з народом великоруським український являється народом західної культури – одним із найбільш багатих східними орієнтальними впливами, але все-таки по всьому складу своєї культури й свого духу народом західним» [170; с.141]. Отже, питання про перевагу східних чи західних впливів у формуванні української ментальності залишається дискусійним. Загалом, серед національних позитивних рис українців виділяють працелюбність, гостинність, потяг до освіти, статичність сімейних стосунків, повагу до старших, мужність, здоровий оптимізм тощо [171], серед негативних – взаємне непорозуміння, неузгодженість між словом і ділом, відсутність чіткої визначеності, соціальну відмежованість, мрійливість, імпульсивність [172; с.64].

Таким чином, смисложиттєві настанови й аксіологічні орієнтири, що витворили феномен української ментальності, поєднали як позитивні, так і негативні риси, а також вироблені східною й західною історико-культурними традиціями моделі і типи комунікації. Як же співвідносяться ціннісно-сміслові коди української ментальності з особливостями сучасної моделі (картини) світу та її новими аксіологічними векторами?

Як показав аналіз, здійснений у даному параграфі, більшість характеристик сучасного універсуму є протилежними базовим світоглядним настановам, що сформувалися в ментальних структурах свідомості української людини. Так, техногенний характер сучасної цивілізації, заснованої на ідеї підкорення, «закріпачення», руйнування світу природи є антиподом «антеїстичного» коду української ментальності з його емоційним, вдячно-шанобливим ставленням до землі й діалогічним спілкуванням з природним і людським довкіллям. Активність, діяльність, перетворення як доміантні риси людського буття в техногенному соціумі, суперечать інтровертивній натурі українця, схильного до пасивності, замріяно-ліричного споглядання та рефлексії. Новаторство, оригінальність ідей, постійна мінливість техногенного універсуму теж не знаходять відгуку в душі українця, котрий є консервативним і прагне стабільності в усьому. Єдиний виняток становить народжена в надрах здатного до самознищення штучного техногенного середовища концепція «нового гуманізму», яка, проголосивши пріоритет загальнолюдських інтересів і цінностей, дає людству шанс на спасіння. «Новий гуманізм» навіть не потребує окремих декларацій для утвердження в українському суспільстві: те, що для окремих націй чи країн є «новим», в українській культурі присутнє генетично, на рівні гуманістичного коду національної ментальності. Можливо, саме ця особливість нашого світогляду дала підстави деяким дослідникам стверджувати, що в ХХІ столітті Україна стане новим центром духовного відродження людства.

## Проблеми розвитку комунікаційних технологій в культурі України на сучасному етапі

### Нормативно-правові засади інформаційно-комунікаційної діяльності

Історичний розвиток форм комунікації, їх поступове накопичення та ускладнення протягом століть призвели до якісного комунікаційного стрибка в ХХ сторіччі, коли були винайдені радіо, телеграф, телефон, телебачення, Інтернет та інші засоби сучасної комунікації, а також технології їх використання в системі зв'язків з громадськістю. Останні є новим і досить незвичним явищем для держав, що ступили на шлях демократичних перетворень, зокрема, для України. Як уже зазначалося, найголовнішою ознакою повороту до нового типу суспільного устрою в нашій країні є те, що "система ієрархічної комунікації, де головним був наказ, почала змінюватися на систему демократичної комунікації, де основою стає переконання" [120; с.11].

У сучасному суспільстві рішення приймаються колегіально, учасники суспільної комунікації висловлюють різні погляди, радяться, консультуються, шукають консенсусу, переконують один одного шляхом словесних доказів. Переконати – значить обґрунтувати висловлені ідеї таким чином, щоб ті, хто беруть участь у їх обговоренні, погодилися з аргументами і приєдналися до них. Саме тому в сучасному світі зросла роль неориторики або теорії аргументації: в нинішніх умовах це вже не просто технічна дисципліна, що вивчає словесні прийоми й форми переконання та навчає вмінню будувати переконливі висловлювання, але й інструмент самозахисту від тоталітарної свідомості і масової пропаганди. Сучасна риторика несе в собі повернення до християнської спадщини та її гомілетичних традицій, але з урахуванням сучасного наукового знання. В сутності, в наш час використовуються ті ж самі прийоми мислення, ті ж методи обґрунтування ідей і навіть подібні технології маніпулювання свідомістю (зокрема, в ЗМІ), що й в античні часи, хоча змінюються форми, стиль і вдосконалюються інструменти словесного впливу. Техніка аргументації, вироблена середньовічною схоластичною логікою, була в ХVІІІ-ХІХ ст. знехтувана й забута, і тільки в ХХ сторіччі вперше проведено паралель між сучасними PR-технологіями й середньовічною технікою риторичної аргументації.

Унікальність і своєрідність українського варіанту освоєння сучасних комунікаційних технологій полягає в наявності міцного інтелектуально-історичного підґрунтя в українській культурі: проблеми риторики, гомілетичні традиції проповідництва, питання ефективності зворотного зв'язку, надзвичайно широко розроблені в релігійній громаді, можуть активніше використовуватися засобами масової комунікації та іншими інститутами сучасного суспільства. Вітчизняний історичний досвід повинен бути використаним при розробці відповідних законодавчих актів.

За часи незалежності в Україні напрацьовано досить вагомий нормативно-правову базу з питань інформаційної діяльності та комунікаційної взаємодії в суспільстві.

Перш за все, це **Конституція України (1996)** [173], що проголошує заборону цензури (ст.15) і гарантує право на свободу думки і слова (ст.34). Конституція України також гарантує кожному громадянину право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб (ст.34).

Процедуру взаємодії органів державної влади з громадськістю через засоби масової інформації встановлено в **Законі України “Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування засобами масової інформації” (1997)** [174]. У розділі 1 цього закону, зокрема, зазначено, що “органи державної влади і органи місцевого самоврядування повинні надавати засобам масової інформації повну інформацію про свою діяльність через відповідні інформаційні служби органів державної влади та органів місцевого самоврядування, забезпечувати журналістам вільний доступ до неї, крім випадків, передбачених Законом України “Про державну таємницю”.

Існує ціла низка інших законів, які прямо чи опосередковано стосуються комунікативної сторони взаємодії між органами державної влади та громадськістю:

Закон України “Про інформацію” (1992, зміни і доповнення 2000 р.) [175];

Закон України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” (1992) [176];

Закон України «Про звернення громадян» (1992) [177];

Закон України “Про телебачення і радіомовлення” (1993) [178];

Закон України “Про інформаційні агентства” (1995) [179];

Закон України “Про рекламу” (1996) [180];

Закон України “Про видавничу справу” (1997) [181];

Закон України “Про державну підтримку засобів масової інформації і соціальний захист журналістів” (1997) [182];

Закон України “Про Національну програму інформатизації” (1998) [183];

Закон України «Про телекомунікації» (2003) [184];

Закон України „Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки” [185];

Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» [186].

Крім законів інформаційно-комунікаційну взаємодію в нашій державі регулює низка розпоряджень і указів Президента України та постанов і розпоряджень Кабінету Міністрів України. Розглянемо найбільш важливі з них у хронологічному порядку.

Одним із перших стало **Розпорядження Президента України “Про координацію роботи прес-служб та інформаційно-аналітичних підрозділів органів державної влади”** від 23.11.95 р. №419/95 рп [187]. Згідно з цим документом, усі прес-служби повинні щотижня подавати докладну інформацію про заходи, заплановані за участю керівників органів державної влади, до Прес-служби Адміністрації Президента України. На Прес-службу глави держави покладається організація та

проведення щомісячних брифінгів для керівництва прес-служб КМУ та центральних органів державної влади, а також щоквартальних нарад-семінарів керівників прес-служб та інформаційно-аналітичних підрозділів.

Проте, це Розпорядження виконувалося вкрай незадовільно як з боку органів виконавчої влади, так і самою Прес-службою АПУ (особливо в частині проведення брифінгів і нарад – семінарів з керівниками урядових прес-служб). Однією з причин слабкої комунікації між прес-службами центральних органів влади було їх незадовільне матеріально-технічне забезпечення, використання застарілих засобів інформатизації. На подолання цього значного недоліку був спрямований **Указ Президента України “Про рішення РНБО від 17 червня 1997 року “Про невідкладні заходи щодо впорядкування системи здійснення державної інформаційної політики та удосконалення державного регулювання інформаційних відносин”** від 21 липня 1997 р. №663 [188]. Цим указом було поставлене завдання відповідним міністерствам і відомствам щодо реформування системи державного управління процесами інформатизації. Визначено основні напрями державного регулювання у сфері інформатизації: формування правового поля інформатизації, розбудова спеціальних телекомунікаційних та інформаційних систем; створення національних інформаційних ресурсів; забезпечення інформаційної безпеки; формування національної інформаційної інфраструктури.

Наступним важливим кроком в інформаційній сфері було ухвалення Верховною Радою України **Національної програми інформатизації** 4 лютого 1998 р.[183] (зміни і доповнення до цього закону прийняті в 2001 р.). У ній визначено стратегію розв’язання проблем забезпечення інформаційних потреб та інформаційної підтримки соціально-економічної, екологічної, науково-технічної, оборонної, національно-культурної та іншої діяльності у сферах загальнодержавного значення. Головною метою Програми є створення необхідних умов для забезпечення громадян та суспільства своєчасною, достовірною і повною інформацією шляхом широкого використання інформаційних технологій, забезпечення інформаційної безпеки.

В **Указі Президента України “Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні”** від 9 грудня 2000 р. №1323/2000 [189], спрямованому на створення належних умов для незалежної творчої діяльності ЗМІ та усунення обмежень, що перешкоджають розвитку інформаційної галузі, акцентується увага керівників центральних і місцевих органів виконавчої влади на необхідності зміцнення зв’язків підпорядкованих їм органів із ЗМІ. Зокрема, цим указом керівники зобов’язані забезпечувати систематичне надання повної, об’єктивної та неупередженої інформації про діяльність підпорядкованих їм органів влади, реагування в установленому порядку на критичні виступи в ЗМІ, проводити періодично (не рідше одного разу на квартал) зустрічей з представниками ЗМІ з актуальних питань їх роботи.

**Указ Президента України “Про підготовку пропозицій щодо забезпечення гласності та відкритості діяльності органів державної влади”** від 17.05.2001 р.

№325/2001 [190] проголошує необхідність розробки законопроектів, спрямованих на “створення належних правових засад для реалізації громадянами конституційних прав на участь в управлінні державними справами та на вільний доступ до інформації про діяльність органів державної влади, а також на забезпечення гласності та відкритості діяльності цих органів...”.

Ці законопроекти повинні, зокрема, передбачити:

- створення умов для вільного доступу громадян до рішень органів державної влади та до інформації про діяльність цих органів;
- більш чітке визначення підстав для обмеження доступу до інформації в інтересах національної безпеки, забезпечення прав людини, збереження комерційної таємниці тощо;
- впорядкування механізмів надання громадянам органами державної влади інформаційних та інших послуг, насамперед тих, що стосуються реалізації їх конституційних прав, задоволення потреб та інтересів;
- визначення ефективних механізмів залучення громадськості до процесів формування і реалізації державної політики;
- надання підтримки створенню і розвитку інформаційних та консультативних центрів у органах державної влади, а також національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет, забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні;
- удосконалення взаємодії органів державної влади із ЗМІ та громадськими організаціями;
- удосконалення організаційного, технічного та фінансового забезпечення інформування громадян про діяльність органів державної влади.

На виконання зазначених указів Президента України Кабінет Міністрів прийняв постанову «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний уряд» від 24 лютого 2003 р. №208 [191], якою встановив, що одним із пріоритетних завдань щодо розвитку інформаційного суспільства в Україні є надання громадянам та юридичним особам інформаційних та інших послуг шляхом використання електронної інформаційної системи «Електронний уряд». Ця система має забезпечити ефективну комунікаційну взаємодію органів виконавчої влади між собою з громадянами та юридичними особами на основі сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), а її центральною частиною стане Єдиний веб-портал органів виконавчої влади.

Важливе значення для розвитку громадянського суспільства в Україні, зміцнення гарантій реалізації громадянами конституційного права на участь в управлінні державними справами мав Указ Президента України «Про забезпечення умов для більш широкої участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» від 31 липня 2004 року №854/2004 [192]. У документі створення ефективних організаційно-правових умов для розвитку партнерських відносин між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю,

підтримання постійного діалогу з усіма соціальними групами, врахування громадської думки у процесі підготовки та організації виконання управлінських рішень, забезпечення в такий спосіб відкритості й прозорості діяльності органів влади визнані пріоритетними завданнями Кабінету Міністрів України, центральних та місцевих органів виконавчої влади. В Указі також звертається увага на необхідність запровадження в навчальних закладах України більш глибокого «вивчення сучасних комунікативних технологій, методів залучення громадськості до участі у формуванні та реалізації державної політики, аналізу громадської думки та проведення моніторингу засобів масової інформації».

Одним із перших практичних кроків на шляху реалізації цих завдань стало затвердження Кабінетом Міністрів України **Порядку проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики** (постанова КМУ від 15 жовтня 2004 р. №1378) [193]. Цей документ, зокрема, передбачає, що консультації з громадськістю проводяться з найважливіших питань суспільно-економічного розвитку держави і життєвих інтересів широких верств населення та є обов'язковими у випадках розробки проектів нормативно-правових актів, які стосуються прав, свобод і законних інтересів громадян; проектів державних і регіональних програм економічного, соціального і культурного розвитку, рішень щодо ходу їх виконання; підготовки звітів головних розпорядників коштів Державного бюджету України про витрачання бюджетних коштів за минулий рік; інформації про роботу Кабінету Міністрів України, центральних і місцевих органів виконавчої влади. Для здійснення громадських консультацій при вищих органах влади утворюються громадські колегії, до складу яких включаються представники громадських організацій, професійних спілок та інших об'єднань громадян, органів місцевого самоврядування, ЗМІ. Проведення консультацій з громадськістю як публічного громадського обговорення (безпосередня форма) та вивчення громадської думки (опосередкована форма) передбачає залучення різноманітних сучасних методів і форм інтерактивного спілкування.

**Указ Президента України “Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики”** від 15 вересня 2005 року №1276/2005 [194] спрямований на подальше налагодження ефективних механізмів партнерства держави з інститутами громадянського суспільства. Документом передбачено запровадження практики проведення щорічних Президентських слухань як постійно діючого механізму громадських консультацій, оцінки діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Згідно з Указом, у ході підготовки та проведення щорічних Президентських слухань передбачається оприлюднювати Національні доповіді зі стратегічно важливих питань соціально-економічного розвитку держави і громадянського суспільства.

**Указ Президента України “Про першочергові завдання щодо впровадження новітніх інформаційних технологій”** від 20 жовтня 2005 року №1497/2005 [195] був виданий з метою створення належних умов для прискорення економіч-



ного та соціального розвитку України, суттєвого поліпшення умов життя людей, забезпечення відкритості і прозорості функціонування органів державної влади та органів місцевого самоврядування, реалізації конституційного права громадян в інформаційній сфері. Указом встановлено, що розвиток в Україні інформаційного суспільства та впровадження новітніх інформаційних технологій в усіх сферах суспільного життя є одним із пріоритетних напрямів державної політики. У зв'язку з цим Кабінет Міністрів України отримав доручення протягом 2005-2006 років забезпечити розроблення Національної стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні та плану дій щодо її реалізації, більш широке впровадження електронної інформаційної системи "Електронний уряд", адаптацію законодавства України до законодавства Європейського Союзу, створення загальнодержавних інформаційних систем (насамперед з питань охорони здоров'я, освіти, науки, культури, довкілля), істотне підвищення рівня доступу населення до державних інформаційних ресурсів та систем надання послуг через глобальну інформаційну мережу Інтернет тощо. До 2010 року КМУ повинен забезпечити оснащення комп'ютерами та доступ до Інтернету загальноосвітніх навчальних закладів державної форми власності, розробку новітніх методик навчання та комп'ютерного тестування знань, створення електронних фондів бібліотек, музеїв та інших закладів культури тощо.

З метою забезпечення узгодження діяльності органів державної влади, громадських організацій, засобів масової інформації, інших інститутів громадянського суспільства для утвердження в Україні свободи слова та розвитку інформаційної галузі був виданий Указ Президента України "Про Національну комісію з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі" від 6 червня 2006 року №493/2006 [196]. Одним із основних завдань діяльності Національної комісії є запровадження європейських стандартів інформаційної галузі, зокрема, реформування державних та комунальних засобів масової інформації, створення та розвиток системи суспільних (громадських) ЗМІ; впровадження цифрового телебачення та інших новітніх інформаційних технологій; розвиток українського сегменту мережі Інтернет; удосконалення системи підготовки та перепідготовки працівників ЗМІ тощо. Видання цього Указу Президентом України диктувалося передусім необхідністю належного виконання зобов'язань України, що випливають з її членства в Раді Європи, ОБСЄ, інших міжнародних організаціях, а також досягненням Україною відповідності політичній складовій Копенгагенських критеріїв 1993 року щодо набуття членства в Європейському Союзі в частині забезпечення стабільності та ефективності функціонування відповідних інститутів, які гарантують демократію, принципи свободи слова та розвиток засобів масової інформації.

Наступним кроком у напрямку створення в Україні громадянського суспільства стала **Концепція сприяння органами виконавчої влади розвитку громадянського суспільства**, схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 21 листопада 2007 року №1035-р. [197]. Ця Концепція визначає основні засади діяльності органів виконавчої влади, спрямованої на створення сприятливих умов для

розвитку громадянського суспільства та зміцнення демократії в Україні. Концепція декларує, що першочерговим завданням українського суспільства на даному етапі розвитку є налагодження ефективної взаємодії органів виконавчої влади з інститутами громадянського суспільства, що повинна базуватися на засадах соціального партнерства, забезпечення рівних можливостей, відкритості та прозорості, взаємної відповідальності. У цьому зв'язку на органи виконавчої влади покладені завдання сприяти: удосконаленню нормативно-правової бази з питань розвитку громадянського суспільства, діяльності інститутів громадянського суспільства, доступу громадян до інформації; розробленню та впровадженню ефективного механізму налагодження комунікацій між органами виконавчої влади та зазначеними інститутами; формуванню громадянської культури суспільства; розвитку волонтерського руху, благодійництва та меценатства. Серед основних форм взаємодії органів виконавчої влади з інститутами громадянського суспільства передбачено, зокрема, участь інститутів громадянського суспільства у розробленні та обговоренні проєктів нормативно-правових актів з питань суспільно-економічного розвитку держави, інтересів широких верств населення, прав і свобод людини і громадянина; здійснення зазначеними інститутами громадського контролю за діяльністю органів виконавчої влади; утворення спільних консультативно-дорадчих та експертних органів, рад, комісій, груп для забезпечення врахування громадської думки у формуванні та реалізації державної політики тощо.

За час, що минув від моменту проголошення незалежності України, право громадян на звернення було задеклароване в Конституції України (частина друга статті 102), а всі необхідні процедури щодо забезпечення цього права прописані в Законі України "Про звернення громадян" (1992). Проте недосконалість закону та необхідність його модернізації з урахуванням вимог часу, а також тривалість процедури внесення змін до існуючих законів у Верховній Раді України призводили до того, що конституційне право громадян на звернення почало регулюватися указами гаранта Конституції – Президента України. Кожен із Президентів України видавав відповідний указ з цього питання. Маємо низку Указів Президента України: від 19 березня 1997 року № 241 "Про заходи щодо забезпечення конституційних прав громадян на звернення", від 13 серпня 2002 року №700 "Про додаткові заходи щодо забезпечення реалізації громадянами конституційного права на звернення", від 14 квітня 2004 року №434 "Про невідкладні заходи з удосконалення організації прийому громадян органами державної влади, органами місцевого самоврядування та посадовими і службовими особами цих органів". Останнім на сьогодні є **Указ Президента України "Про першочергові заходи щодо забезпечення реалізації та гарантування конституційного права на звернення до органів державної влади та органів місцевого самоврядування"** від 7 лютого 2008 року №109/2008 [198]. Цим указом центральні та місцеві органи державної влади та місцевого самоврядування зобов'язані вжити невідкладних заходів щодо приділення особливої уваги вирішенню проблем, з якими звертаються соціально незахищені громадяни;

запровадження постійного контролю за організацією роботи зі зверненнями громадян; з'ясування причин, що породжують повторні звернення громадян; забезпечення створення та функціонування гарячих ліній та телефонів довіри тощо. Згідно з цим указом, центральні органи виконавчої влади повинні двічі на рік подавати Президентові України доповіді про стан організації роботи зі зверненнями громадян та вжиті заходи, а також забезпечувати систематичне висвітлення через ЗМІ та власні офіційні веб-сайти узагальнених матеріалів щодо організації роботи зі зверненнями громадян. Указом запроваджено постійний моніторинг додержання законодавства з питань звернень громадян місцевими державними адміністраціями та їх структурними підрозділами, здійснення якого покладено на Секретаріат Президента України.

Плюралізація джерел інформації в ХХІ столітті, необхідність надання суспільству оперативної, об'єктивної інформації із представленням різних позицій і точок зору викликали необхідність прийняття ще в 1997 році Закону України "Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України". Однак, на момент написання даної монографії такої системи не було створено, що й зумовило появу деяких доручень Президента України щодо невідкладного вжиття заходів з реалізації норм зазначеного Закону. Так з'явився **Указ Президента України "Про заходи щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України"** від 21 лютого 2008 року №148/2008 [199]. Згідно з указом, утворено робочу групу для опрацювання та супроводження вирішення питань щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України з залученням до її складу представників Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, Державного комітету телебачення і радіомовлення України, Антимонопольного комітету України, представників Національної телекомпанії та Національної радіокомпанії, творчих спілок, всеукраїнських громадських об'єднань, науковців. Робочій групі було дано доручення розробити й подати на розгляд Ради національної безпеки і оборони України концепцію створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України.

Питання створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України знайшло відображення і в **рішенні Ради національної безпеки і оборони України від 21 березня 2008 року "Про невідкладні заходи щодо забезпечення інформаційної безпеки України"**, введеному в дію відповідним Указом Президента України від 23 квітня 2008 року №377/2008 [200]. Крім того, цим рішенням РНБО Кабінет Міністрів України був зобов'язаний розробити й затвердити в надзвичайно стислі терміни деякі найнагальніші програми в інформаційній галузі, зокрема, в місячний строк – Державну програму впровадження цифрового телерадіомовлення; у двомісячний строк – Державну програму формування позитивного іміджу України. Нарешті, комплекс питань щодо реалізації державної політики та забезпечення національної безпеки в інформаційній сфері, відображений в рішенні РНБО, підняв на поверхню одну з ключових ідей про необхідність створення Концепції національної

інформаційної політики, яка б визначала основні напрями, засади, принципи, механізми реалізації національної інформаційної політики та пріоритети розвитку інформаційної сфери.

На виконання рішень РНБО та указу Президента України Кабінет Міністрів України прийняв постанову від 3 червня 2009 року №554, якою затвердив **Державну цільову програму формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року**. Ця програма передбачає заходи щодо формування сприйняття України міжнародним співтовариством як надійного, передбачуваного партнера, що неухильно дотримується принципів зміцнення демократичних засад суспільного життя, має значний інвестиційний і туристичний капітал, багаті культурні та історичні традиції. Серед завдань з реалізації даної програми – збільшення видання друкованої інформаційної продукції, фото- та відеоматеріалів, інформації в Інтернеті та на носіях для лазерних систем зчитування тощо, присвячених українській тематиці; збільшення фінансової підтримки інформаційно-роз'яснювальної діяльності культурно-інформаційних центрів при закордонних дипломатичних установах України і розширення мережі таких центрів. Важливою умовою формування позитивного іміджу України є необхідність розширення вітчизняного мовлення на території інших держав іноземними мовами, державна підтримка створення і розповсюдження телевізійних і радіопрограм вітчизняного виробництва. Координацію зусиль з виконання програми центральними та місцевими органами влади покладено на Міністерство закордонних справ України.

Багато з намічених у період 2006-2008 роки заходів, концепцій і державних програм були загальмовані світовою фінансовою кризою 2008 року. Натомість, в умовах скорочення обсягів державних видатків з'явився **Указ Президента України “Про деякі невідкладні заходи щодо підтримки культури і духовності в Україні”** від 12 січня 2009 року №6/2009 [201], згідно з яким центральні органи виконавчої влади зобов'язані вжити невідкладних заходів щодо недопущення скорочення фінансування закладів, підприємств та організацій культури, а також виконуваних ними програм, зокрема, Державної програми розвитку і функціонування української мови на 2004-2010 роки, випуску культурологічних та літературно-художніх періодичних друкованих видань (таких, як газета “Культура і життя”) і телеканалу “Культура”.

Як видно з побіжного аналізу нормативно-правових засад регулювання інформаційної діяльності та комунікаційних соціокультурних відносин, в Україні відбувається процес становлення правовідносин суб'єктів інформаційно-комунікаційної сфери. Загальна кількість законодавчих і підзаконних актів з питань інформаційно-комунікаційної діяльності зростає з року в рік, що свідчить, з одного боку, про неврегульованість інформаційних відносин, відсутність зваженої концепції державної інформаційної політики та стратегічного комунікаційного планування, з іншого – про намагання підвищити «спроможність суспільства забезпечувати участь громадян у політичному житті за допомоги комунікацій, від чого напряму залежить потенціал демократії» [202].

## Проблеми становлення системи зв'язків з громадськістю в Україні

За час, що минув від проголошення Україною незалежності, створення дієвої, ефективної, прозорої системи комунікації органів влади з громадськістю тільки-но розпочалося. Вітчизняні фахівці зі зв'язків з громадськістю обережно ставляться до нових маловідомих в Україні форм управлінської демократії і з величезного арсеналу PR-технологій відбирають лише ті засоби, що вже пройшли апробацію часом і, до певної міри, є звичними для української громади. До останніх належать засоби *пропаганди*, які відповідно до законодавства нашої держави, можуть (а в деяких випадках зобов'язані) застосовувати в своїй діяльності вищі органи влади. Президент України має право звертатися з посланнями до народу України та із щорічними і позачерговими посланнями до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище України. У 2005 році була запроваджена практика щотижневих радіозвернень Президента України до українського народу та щорічних Президентських слухань, присвячених проблемам державного соціально-економічного та гуманітарного розвитку, дотриманню прав і свобод людини, питанням публічності в політиці та проблемам ЗМІ. Але якщо радіозвернення під назвою "Акценти Президента" регулярно виходять в український ефір, то за період від 2005 до 2009 року Президентські слухання відбулися лише один раз – 28 листопада 2005 року. Приурочені річниці Помаранчевої революції, що відбулося в назві "Виклики, породжені свободою", ці Президентські слухання стали своєрідним підбиттям підсумків Помаранчевого майдану.

Ефективним засобом пропаганди діяльності Кабінету Міністрів України служать щомісячні «Дні уряду» у Верховній Раді України, парламентські слухання з різних суспільно-важливих проблем. До пропагандистських заходів належать також проведення зборів, нарад, виступів у ЗМІ тощо. Керівники різних рівнів крім перерахованих вище засобів пропаганди все активніше використовують у своїй діяльності "гарячі лінії", громадські (публічні) слухання, Інтернет-конференції, пряму розсилку новин електронною поштою тощо. Відповідно до українського законодавства, кожна установа, підприємство чи організація може бути засновником (співзасновником) одного або кількох ЗМІ, в т.ч. друкованих видань для поширення інформації про свою діяльність.

*Моніторингова* діяльність у системі зв'язків з громадськістю – сфера відносно нова для України. За часів Радянського Союзу, коли практично всі ЗМІ були рупором комуністичної партії, потреба у відстеженні інформації, що подавалася друкованими та електронними медіа, була мінімальною. В сучасних умовах багатопартійності та плюралізму думок функція моніторингу у всіх трьох його іпостасях набуває все більшого значення. Проте практичне здійснення моніторингу має великі відмінності в різних сферах діяльності в залежності від наявних технічних та людських ресурсів.

У більшості випадків друга функція моніторингу – узагальнення інформації про стан навколишнього соціального середовища – не здійснюється органами державної влади в належній мірі. А комунікаційний аудит на предмет відповідності діяльності державних відомств, установ і організацій всім аспектам комунікативної політики уряду взагалі поки що не має сенсу через відсутність офіційно затвердженої концепції інформаційної політики в нашій державі.

Що стосується *кризового менеджменту і технологій кризових комунікацій*, то їх недостатній розвиток в Україні пояснюється тим, що сама Україна, на думку багатьох дослідників, перебуває в стані системної кризи, яка стала результатом розкодження різних сфер суспільного життя, розпаду на три відносно незалежні системи: економіку, політику й культуру. У кожній з цих сфер “...працює свій стрижневий принцип. Так, у сфері економіки діє принцип “економізації”... Стрижневим принципом сучасної політики є принцип участі, або організований “зверху”, або ініційований “знизу”. Спрямовуючим принципом культури є вимога самореалізації. В минулому всі три сфери були пов’язані спільною системою цінностей, проте нині вони все більше роз’єднуються і відокремлюються” [203; с.64].

У більшості кризових ситуацій (а в Україні трапляються як несподівані кризи й ті, що «визрівають»), так і постійні, зatoryжні) PR-комунікатори від уряду «часто нагадують «пожежну команду», а не службу з «техніки безпеки». Вони ... плетуться у хвості подій, переважно реагують на них ... замість того, щоб упереджувати негативні моменти, розробляти і здійснювати тривалі програми, розраховані на перспективу..., на створення стійкої позитивної репутації своєї організації чи установи» [204; с.63]. Більше того, далеко не всі державні установи можуть оперативно реагувати на кризові ситуації і явища, оскільки персонал комунікаційних служб урядових структур не володіє навичками стратегічного планування комунікаційної політики організації, складовою частиною якого є підготовка плану дій у кризовій ситуації.

Вирішення зазначених проблем лежить у площині підвищення кваліфікації працівників урядових комунікаційних служб через вивчення основ кризового менеджменту, світового досвіду у сфері стратегічного планування, сучасних технологій кризових PR. Важливе практичне значення має також обмін досвідом між PR-фахівцями різних урядових структур під час спільних семінарів, «крутих столів», конференцій тощо. Враховуючи першочергове значення кризових PR в Україні в перехідний період, розвиткові цього напрямку зв’язків з громадськістю повинна приділятися увага на всіх рівнях і ланках управління.

Окремим, але надзвичайно важливим питанням PR-діяльності є створення позитивного *міжнародного іміджу України*. Україна поступово виходить на передові рубежі політичної комунікації, намагається відстояти своє історичне право належності до кола розвинутих європейських держав. Проте, загальний міжнародний імідж України, незважаючи на потужні зусилля керівництва держави, залишається невисоким. Світова спільнота практично нічого не знає про Україну як європей-

ську державу з багатими історичними і культурними традиціями, високим науково-технологічним і освітнім потенціалом, працелюбними і гостинними людьми. У цьому плані державою недостатньо використовуються засоби зв'язків з громадськістю. Сьогодні присутність України у світовому інформаційному просторі рідко виходить за межі роботи прес-служб дипломатичних представництв за кордоном. Брак коштів не дозволяє їм широко розповсюджувати якісні інформаційні та рекламні матеріали про Україну, пропагувати економічний, науковий і культурний потенціал нашої держави. Україна не має повноцінного супутникового телеканалу і цілодобового радіомовлення на інші регіони світу. Незадовільним залишається і ступінь включення України в міжнародні інформаційні потоки. Загалом, "обмежена присутність України в міжнародному інформаційному просторі не дає можливості доносити до міжнародної спільноти правду про нашу державу, пропагувати її надбання і цінності, розкривати нерезалізований потенціал співпраці, що ускладнює формування позитивного іміджу України" [205; с.105].

Серед PR-заходів для поліпшення міжнародного іміджу України необхідно здійснити розробку стратегії інформаційної політики держави, спрямованої на просування позитивного іміджу України в світовий інформаційний простір, а також організацію системи професійної підготовки з PR-технологій для державних службовців, які представляють Україну за кордоном.

Отже, можемо констатувати, що більшість видів PR-діяльності є новими для сфери державного управління в Україні. Цей висновок збігається з ідеями провідних вітчизняних фахівців у галузі PR-технологій. Так, на думку Г. Почепцова, "в країнах СНД недостатній розвиток сфери PR можна пояснити тим, що в них ще нема необхідного рівня залежності влади від населення. Ми маємо гіпертрофований прями́й зв'язок, що відбиває залежність населення від влади, і слабкий зворотний зв'язок" [120; с.147]. В. Королько вважає, що "суспільство опинилося в стані низького рівня взаєморозуміння та конструктивної взаємодії між державними органами влади, їх управлінськими структурами, політичними партіями і громадськими формуваннями, підприємницькими, комерційними та іншими новими інститутами ринкового типу. Конфронтаційний характер відносин між ними пояснюється відсутністю у кожного з цих інститутів прагнення чітко сформулювати свої інтереси і загальногромадську значущість власної діяльності, налагодити співробітництво між собою заради загальнодержавних, загальнонародних інтересів у часи історичних випробувань, що випали на долю України" [204; с.63].

Існуюча в Україні система державного управління поки що неспроможна забезпечити ефективний діалог між органами державної влади і структурами громадянського суспільства, що викликає відчуження населення від влади та політики реформ, запроваджуваних нею. Очевидно, Україна потребує такої системи зв'язків з громадськістю, яка є професійною, ефективною, покликаною слугувати інтересам громадян. Ключовим завданням державних структур у процесі розбудови незалежної країни має стати налагодження взаєморозуміння з широким загалом, розробка і

впровадження довготривалої програми роз'яснювальної та просвітницької роботи серед населення. Основна частина цієї роботи повинна лягти на професійно діючі структури, що мають справу з громадськістю.

Незважаючи на наявність ґрунтовної законодавчої бази з питань забезпечення інформаційно-комунікаційної діяльності, у перше 10-річчя незалежності (до 2002 року) практична реалізація моделі двосторонньої комунікації в суспільній сфері в контексті державного управління майже не здійснювалася. За цей час намітилися лише деякі зрушення, пов'язані зі світовими процесами загальнодемократичних перетворень. Йдеться про розробку і впровадження механізмів ефективної комунікації між владою та громадськістю, що передбачає налагодження постійного діалогу з громадськістю на паритетних засадах, стимулювання громадянської активності щодо участі в управлінні державними справами та визнання обопільної відповідальності як з боку органів влади, так і з боку громадських структур.

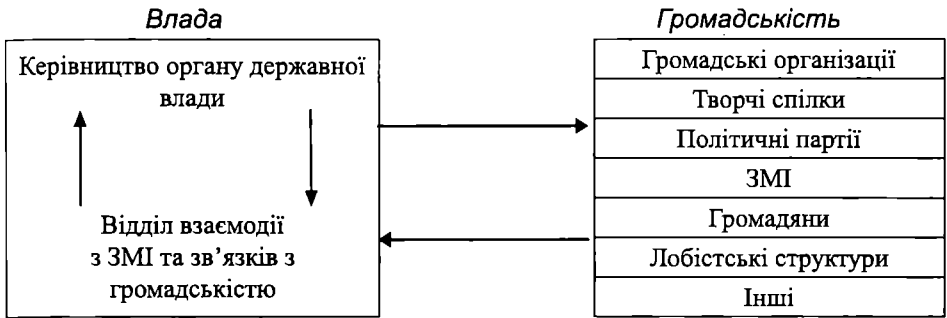
Для реалізації намічених нових завдань в органах державної влади були централизовано запроваджені спеціальні структури – відділи взаємодії з засобами масової інформації та зв'язків з громадськістю. Ці структурні підрозділи, що стали посередниками у процесі комунікації між владою та громадськістю (див. схему – модель комунікацій між органами державної влади та громадськістю) виконували і виконують надзвичайно важливі функції:

- постійне надання об'єктивної, достовірної інформації про діяльність установи, її досягнення та плани;
- комунікаційна функція забезпечення зворотного зв'язку та організація ефективного діалогу з громадськістю;
- організація консультацій з громадськістю при прийнятті важливих державних рішень;
- вивчення громадської думки та вироблення рекомендацій керівництву;
- стратегічне планування, розробка концепції та планів позитивного іміджу організації;
- оперативне реагування на дії громадськості;
- організація успішної внутрішньої комунікації, спрямованої на залучення внутрішніх резервів розвитку установи.



Схема 3.3

**Схема-модель комунікацій  
між органами державної влади та громадськістю**



Таким чином, ми бачимо, що в Україні з'явилися перші ознаки переходу до системи демократичної комунікації між владою та громадськістю, де основою є не наказ, а переконання й спрямованість на взаєморозуміння та співпрацю. Враховуючи те, що сьогодні з боку владних і ділових кіл, науковців, громадськості спостерігається сплеск інтересу до культури як особливої сфери суспільного виробництва, пов'язаної зі створенням, збереженням і поширенням духовних цінностей, спробуємо простежити шляхи розвитку сучасних комунікаційних технологій на прикладі цієї галузі. Спробуємо окреслити стан і наявні проблеми у сфері комунікацій та обміну інформацією в Україні (тобто охарактеризувати контекст, у якому протікає комунікація), визначити необхідні заходи для встановлення в державі «нового інформаційного порядку». Розглянемо також, як реалізується типологія комунікаційних відносин у системі «влада – громадськість» в умовах України на прикладі галузі культури.

**Національні особливості парадигми відносин  
«влада – громадськість» (на прикладі культурної політики)**

Комунікаційний аспект є принципово новим для культурної політики України, якщо під нею розуміти «...комплекс операційних принципів, адміністративних та фінансових видів діяльності й процедур, які забезпечують основу дій держави у сфері культури, ... спрямованих на досягнення певних культурних цілей шляхом оптимального використання всіх фізичних та духовних ресурсів, що їх посідає суспільство» [206; с.4]. Новизною комунікаційного підходу, напевно, пояснюється практично повна відсутність наукових розробок проблеми комунікації в системі управління галуззю культури. Дослідників культурної політики нашої держави більше приваблюють питання правового (О. Гриценко, В. Солодовник) та

фінансово-економічного (Я. Підпригорщук) забезпечення діяльності галузі, стан функціонування культурно-мистецьких організацій “третього сектора” (В. Подкопаєв), проблеми мистецької освіти (С. Волков, Л. Троєльнікова) та ін. Проте, дослідження особливостей і закономірностей комунікаційних взаємовпливів у сфері культури може бути корисним при здійсненні комплексу заходів, спрямованих на підвищення ефективності культурної політики, зростання авторитету та довіри до органів управління культурою, що, в кінцевому результаті, є запорукою успіху реформ у галузі культури.

Поворотним став для галузі 2003 рік, проголошений, відповідно до Указу Президента України від 19.02.2002 року №153 Роком культури в Україні [207]. Саме відтоді в галузі культури намітилися деякі позитивні тенденції, що відбивають певний прогрес українського соціуму. Одна з них полягає у посиленні взаємодії представників вищих органів державної влади з галуззю культури. Тенденцію зміни ставлення до культури унаочнює період 2002-2003 років, упродовж якого у Верховній Раді України було проведено низку парламентських слухань з питань культури: “Українська культура: стан та перспективи розвитку” (11 грудня 2002 року), “Щодо вшанування пам’яті жертв Голодомору 1932-1933 років” (12 лютого 2003 р.), “Про функціонування української мови в Україні” (12 березня 2003 року), “Духовна криза суспільства і шляхи її подолання” (5 листопада 2003 року), «Стратегія розвитку телерадіоінформаційного простору» (10 грудня 2003 року); урядом у програмах його діяльності задекларовано досить об’ємний, порівняно з минулими роками, розділ, присвячений проблемним питанням культурницької галузі.

Результатом цих важливих для галузі змін стало прийняття тільки в 2003 році 7 нових законів, які регулюють відносини у сфері культури (таку ж кількість законодавчих актів було прийнято упродовж 1991-2002 років), затвердження Державної програми розвитку культури на 2003-2007 роки, ліквідація заборгованості та підвищення заробітної плати працівникам галузі на 30 відсотків, виділення бюджетних коштів для розв’язання проблеми “неповних ставок” тощо. Деякі аналітики заговорили навіть про відхід від традиційного для культури залишкового принципу фінансування [208; с.6], хоча, на нашу думку, й передчасно.

Тенденція суспільного обговорення і прийняття рішень з нагальних проблем галузі була продовжена в наступні роки. Так, у 2004-09 роках пройшли парламентські слухання “Про збереження та цільове використання об’єктів соціально-культурного призначення в процесі зміни форми власності суб’єктів господарювання, що їх утримують” (8 червня 2004 року), «Національна кінематографія: стан, проблеми та шляхи їх вирішення» (23 лютого 2005 року), «Перспективи створення громадського телерадіомовлення в Україні» (13 квітня 2005 року), «Культурна політика в Україні: пріоритети, принципи та шляхи реалізації» (20 квітня 2005 року), парламентські слухання з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні (21 вересня 2005 р.), “Захист прав інтелектуальної власності: проблеми законодавчого забезпечення та правозастосування” (21 березня 2007 року); було ухвалено Закон України «Про

Концепцію державної політики в галузі культури на 2005-2007 роки», затверджений Верховною Радою України 3 березня 2005 року №2460-IV. Відбулися громадські обговорення проекту оновленої Національної стратегії європейської інтеграції (2007 рік) та проекту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» (2009 рік).

Як відомо, формування й реалізацію культурної політики держави здійснюють Міністерство культури і туризму України (до 2005 року – Міністерство культури і мистецтв України) та органи управління галуззю культури на місцях (управління та відділи культури обласних, районних, міських державних адміністрацій), які в своїй діяльності керуються Конституцією й законами України, Основами законодавства України про культуру (1992), іншими законодавчими та підзаконними актами.

На виконання указів Президента України, постанов уряду, Мінкультури значно посилило увагу до сфери зв'язків з громадськістю, розвитку електронних інформаційних систем та власного веб-сайту, що увійшов до Єдиного веб-порталу органів виконавчої влади. У 2002 році в структурі Міністерства культури і мистецтв України був утворений *відділ взаємодії з ЗМІ та зв'язків з громадськістю* (нині – *сектор інформації* відділу організаційно-аналітичного забезпечення міністра), який здійснює функцію інформування громадян про основні напрямки культурної політики держави. Наказом міністра культури і мистецтв України «Про заходи щодо забезпечення відкритості в діяльності Міністерства» від 27.09.2002 №592<sup>21</sup> на відділ з питань взаємодії з ЗМІ та зв'язків з громадськістю було покладено функції підготовки і розповсюдження офіційної інформації про діяльність міністерства через друковані та електронні мас-медіа і мережу Інтернет. Наказом було запроваджено практику проведення офіційних брифінгів та прес-конференцій (не рідше одного разу на квартал), презентацій, «круглих столів», зустрічей керівництва міністерства з представниками преси та громадськості; затверджено план-графік виступів у пресі керівників структурних підрозділів міністерства з найважливіших питань діяльності галузі; начальників обласних, Київського та Севастопольського міських управлінь культури зобов'язано щотижня подавати до відділу з питань взаємодії з засобами масової інформації та зв'язків з громадськістю інформацію (з метою подальшого оприлюднення) про стан функціонування підпорядкованих міністерству установ, закладів і організацій, хід виконання державних програм галузі, розробку нормативно-правових документів, проведення галузевих і регіональних культурно-мистецьких заходів тощо. Накази Міністра культури і мистецтв України (Міністра культури і туризму України) щодо вдосконалення інформаційного забезпечення галузі, організацію та проведення прес-конференцій, семінарів, прес-турів, прес-клубів тощо видавалися з певною періодичністю й віддзеркалювали все зростаючу потребу в обміні інформацією в соціокультурній системі «влада – громадськість».

<sup>21</sup> Поточний архів Мінкультури за 2002 рік.

Таким чином, сектор інформації відділу організаційно-аналітичного забезпечення роботи міністра Міністерства культури і туризму України координує взаємодію з друкованими та електронними ЗМІ, веде роботу з регіональними управліннями культури, недержавними організаціями та зацікавленими групами громадськості. На місцевому рівні аналогічні функції виконують відповідні підрозділи місцевих органів культури. Інформування відбувається також через загальнодержавні *галузеві періодичні видання*, до яких належать газети “Культура і життя” та “Українська музична газета”, журнали “Українська культура”, “Музика”, “Український театр”, “Театрально-концертний Київ”, “Дніпро”, “Україна”. Висвітлення подій культурно-мистецького життя здійснюють видання культурологічного спрямування, які не фінансуються з бюджету Міністерства культури і туризму України, зокрема, журнали “Кіно-Коло”, “Кіно-Театр”, газети “Слово “Просвіти”, “Українське слово” тощо, а також спеціальні програми радіо- й телеканалів різних форм власності та рубрики, присвячені питанням культури і мистецтва, в суспільно-політичних періодичних виданнях (“День”, “Дзеркало тижня”, “Урядовий кур’єр” тощо). Міністерство культури і туризму України періодично надає фінансову допомогу українським літературно-художнім виданням: у 2005 році таку допомогу з державного бюджету отримали газети «Кримська світлиця» та «Українська музична газета», журнали «Донбас», «Дніпро», «Вітчизна», «Народне мистецтво», «Буковинський журнал», «Всесвіт» і «Сучасність»; у 2006 – журнали «Україна», «Дзвін», «Вітчизна», «Березінь», «Народне мистецтво», «Дніпро», «Донбас», «Січеслав», газети «Літературна Україна», «Українська музична газета». На жаль, фінансова криза 2008 року змусила керівників Міністерства прийняти непопулярне рішення про припинення діяльності редакції нерентабельного журналу “Пам’ятки України: історія та культура” (наказ міністра від 25.02.2009 №110/0/16-09).

Доступ до офіційної інформації з питань культурної політики можливий для громадян України й через систему публічних бібліотек та *Інформаційний центр з питань культури і мистецтва*, що діє при Національній парламентській бібліотеці. Фахівці Інформцентру збирають та обробляють матеріали друкованих видань, надають аналітично-довідкові послуги різних типів (зокрема, готують щоденні дайджести культурно-мистецьких новин за матеріалами преси, щомісячні та щоквартальні звіти про діяльність Мінкультури та підпорядкованих йому установ, підприємств та організацій, видають щоквартальні збірники знаменних подій і дат галузі тощо). Замовниками послуг Інформцентру можуть бути як окремі громадяни, так і чиновники найвищих рангів. Аналітичне інформування органів влади та інформаційний супровід процесу прийняття управлінських рішень підтверджує свою все зростаючу значущість.

Досить насиченим джерелом офіційної інформації про культурну політику держави та ефективним комунікаційним каналом між владою та культурно-мистецькою громадськістю слугує *офіційний веб-сайт* Мінкультури (www.mincult.gov.ua). Питання інформаційного наповнення та концептуального розвитку веб-сайту від-

несено до компетенції сектору інформації МКТ. Початок концептуальної розробки та інформаційного наповнення веб-сайту припадає на вже згадуваний 2003 рік – Рік культури в Україні. Наказами міністра культури і мистецтв України «Про розвиток та періодичне оновлення Веб-сайту галузі» від 21.02.2003 №94 та «Про веб-сайт Міністерства» від 14.03.2003 №144<sup>22</sup> було затверджено структуру веб-сайту та Положення про веб-сайт, в якому визначені технічні умови функціонування, порядок інформаційного наповнення, вимоги до оформлення.

Взагалі, до головних напрямків ділової активності в Україні, пов'язаних з Інтернетом, відносять створення інформаційних ресурсів, їх розміщення та організацію доступу до них, виготовлення та розміщення реклами, впровадження традиційних інформаційних технологій в Інтернет, реалізація в Інтернеті окремих бізнес-проектів. Дуже важливим є питання інформаційного наповнення Інтернету. Аналіз тематичних каталогів українського сегменту Інтернету (наприклад, <http://uaoport.net/UAcatalog/>) свідчить, що лише 5% – це інформація про діяльність органів державної влади, що є недостатнім для вагомого громадського контролю за їх діяльністю. На сьогодні практично всі центральні органи виконавчої влади, обласні державні адміністрації та 265 районних державних адміністрацій представлені в мережі Інтернет. На всіх веб-сайтах органів виконавчої влади застосовано режим односторонньої взаємодії. Режими двосторонньої взаємодії та проведення трансакцій відсутні. В Україні створений і діє Єдиний веб-портал органів виконавчої влади, в який інтегровані веб-сайти всіх центральних органів влади та обласних державних адміністрацій. На веб-сайтах, відповідно до єдиних вимог, розміщено інформацію про структуру, склад, основні види діяльності органів влади, номери «гарячих» телефонів, за якими можна звернутися за допомогою, тексти нормативних актів, прийнятих установою, оперативну інформацію, важливі повідомлення, бланки документів тощо.

Отже, створення такої високотехнологічної інформаційної інфраструктури, як «електронний уряд», яка б забезпечувала максимально вільний та швидкий доступ до державної та іншої публічно важливої інформації для державних установ, громадян, соціальних інституцій та бізнесу, є надзвичайно важливим для України. Враховуючи те, що більшість громадян України сьогодні не має доступу до мережі Інтернет, «електронний уряд» дає можливість більш повно та оперативно інформувати громадян про діяльність органів влади через засоби масової інформації, які володіють відповідними технологіями. За прогнозами експертів, використання Інтернету у найближчій перспективі може стати одним з основних каналів комунікації влади та суспільства.

Передові позиції щодо впровадження сучасних інформаційних технологій і технічних засобів та надання доступу до мережі Інтернет серед закладів культури впевнено тримають бібліотеки. Значна частина обласних універсальних бібліотек надає

<sup>22</sup> Поточний архів Мінкультури за 2003 рік.

безкоштовний доступ до мережі Інтернет, на їх базі діють регіональні інформаційні портали; 90 відсотків головних регіональних бібліотек мають власні веб-сайти, де розміщуються електронні каталоги, прес-релізи запланованих заходів, віртуальні виставки, повнотекстові бази даних, здійснюється обслуговування віртуального користувача.

Проте, Інтернет в Україні, на відміну від розвинутих європейських країн, поки що розвивається не так стрімко, розширення українського сегменту Всесвітньої мережі йде повільно, слабкою залишається правова основа діяльності Інтернет-ресурсів. Інтернет ще не став визначальним джерелом інформації для громадян нашої держави, хоча спостерігаються деякі зрушення в розвитку мережі Інтернет в Україні та неухильне зростання рівня комп'ютерної грамотності основної маси громадян. За статистичними даними Держкомстату та Держкомінформатизації, зафіксовано тенденцію зростання кількості активних користувачів мережі в Україні: у 2001 році ця кількість складала близько 230-250 тисяч або 0,5% всього населення, а станом на жовтень 2003 року становила 3,5 млн. або 7% населення України, а станом на липень 2008 року налічувала близько 8 млн. осіб або 17,4% населення України. Якщо ж порівняти кількість виплачених коштів за послуги Інтернет, то за період з 2002 по 2008 роки сума зросла в понад 30 разів (від 30,7 млн. грн. у 2002 році до 941,7 млн. грн. у 2008 році).

На часі – розробка цільної та дієвої державної інформаційної концепції, розширення прав операторів доступу до Мережі (провайдерів), надання ефективної допомоги користувачам. Якщо Україна не зробить цього, вона може опинитися на узбіччі глобальної інформаційної супермагістралі, безнадійно відстати від світових комунікаційних процесів.

Інформування громадян про основні напрямки культурної політики держави відбувається й через запровадження нових комунікаційних технологій, наприклад, таких, як прес-тури і прес-клуби. Особливо активно в останні роки провадить інформування громадян у такий спосіб Державна служба курортів і туризму Міністерства культури і туризму України. Так, тільки в 2007 році відбулося 6 прес-турів для журналістів всеукраїнських та регіональних видань по Закарпатській, Чернівецькій, Львівській, Волинській, Івано-Франківській областях та Автономній Республіці Крим, а підсумки туристичного сезону 2007 року було підбито на засіданні “Туристичного прес-клубу” 15 грудня 2007 року<sup>23</sup>.

Та все ж, незважаючи на певний прогрес у використанні новітніх інформаційних технологій, найбільш популярними формами комунікації в системі “влада – громадськість” залишаються письмовий тип звернення, телефонний запит та особистий прийом громадян. Перевагу цим видам роботи з громадянами надають і самі органи державної влади, керуючись Конституцією та іншими законодавчими актами.

<sup>23</sup>Інформацію взято з офіційного веб-сайту Міністерства культури і туризму України [www.mincult.gov.ua](http://www.mincult.gov.ua)

Відповідно до статті 40 Основного закону нашої держави громадянам гарантовано “право направляти індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів місцевого самоврядування та посадових і службових осіб цих органів, що зобов’язані розглянути звернення і дати обґрунтовану відповідь у встановлений законом строк” [173]. Терміни розгляду звернень встановлені в Законі України “Про звернення громадян”, зокрема, відповідь на письмовий запит повинна бути надана не пізніше, ніж через місяць [177]. У відповідь на активізацію механізму двосторонньої комунікації як виклик часу значно зростає кількість письмових та усних звернень громадян до органів державної влади.

За традиційною процедурою, на письмове звернення громадянина керівництвом органу накладається резолюція, відповідно до якої воно потрапляє в той структурний підрозділ, що веде порушене в ньому питання. Проте працівники управлінь, будучи переобтяженими іншою роботою й не володіючи в достатній мірі навичками цивілізованої комунікації з громадянами, часто ставляться до цих звернень формально, спрямовують свої зусилля не на вирішення порушеного питання, а на “відписку” авторові звернення. Досить розповсюджені випадки відтягування, зволікання з наданням тієї чи іншої інформації, доки потреба в ній не зникне. У багатьох випадках в Україні незадовільно ведеться і прийом громадян з особистих питань: часто теж формально, без особливого бажання вникнути в суть проблеми та вирішити її. Деякі керівники роздають обіцянки, які потім “забувають” виконувати. Все це ніяк не сприяє підвищенню довіри громадян до влади, зростанню авторитету владних осіб і процесу налагодження ефективної комунікації між владою та громадянами. Напевно, низький рівень довіри громадян України до влади спонукав кожного з Президентів нашої держави видавати укази стосовно роботи зі зверненнями громадян.

Серед проміжних форм комунікації в системі “влада – громадськість” між інформуванням і консультуванням останнім часом особливої актуальності набула ідея прямої комунікації населення з представниками органів виконавчої влади. *Прямі телефонні лінії, Інтернет-конференції* в інтерактивному режимі та інші нові комунікаційні засоби дозволяють з’ясувати позиції щодо найбільш проблемних питань діяльності галузі.

Новим для України є й досвід проведення **громадських консультацій**, хоча історично Україні були притаманні форми консультування влади з громадою (віче, громадські сходи), втрачені пізніше і, особливо, зруйновані радянською ідеологією. Сьогодні існує потреба у відродженні цих традицій. Як зауважує А. Сундаков у своєму дослідженні з проблем реформування системи державного управління в Україні, “державні службовці повинні оволодіти спеціальними навичками: як проводити консультації з громадськістю, щоби вони допомагали формулювати напрями політики” [117; с.54].

Підвищення інтересу до цього виду зв’язків з громадськістю викликане, зокрема, зростанням ролі **“третього сектора”** в Україні. “Третій сектор” – це сукуп-

ність недержавних неприбуткових структур, що здійснюють посередницькі функції між громадянами та державою або комерційною сферою.

Історично склалося так, що громадські організації існували на території України ще з часів Середньовіччя, коли в містах з'явилися перші гуртки, братства та професійні гільдії. За часів імперської Росії, зокрема, в середині 19-го сторіччя, в Україні діяло понад 50 товариств. До початку 20-го сторіччя в Україні спостерігався справжній бум соціальної активності: в селах і повітах створювалися громадські клуби, каси взаємодопомоги, спілки споживачів, кредитні товариства; у містах відкривалися краєзнавчі товариства, музичні та драматичні гуртки, засновувалися ліги рівноправності жінок, товариства тверезості, гуртки вегетаріанців тощо. Одних лише математичних товариств наприкінці 19 – початку 20-го сторіччя в Україні нараховувалося майже 180. Існували й дещо екзотичні громадські організації на кшталт «товариств інтелігентних професій» чи «любителів народних розваг». Згодом громадянська активність перейшла у політичне русло, тож на початку ХХ сторіччя в Україні нараховувалося понад 100 політичних партій (ситуація в чомусь схожа на кінець ХХ – початок ХХІ століття).

Однак, за радянських часів влада максимально використала три улоблених прийоми ліквідації «третього сектора» – одержавлення, витіснення та заборону. Громадські організації цього часу мали дуже схожі статути, а за головну мету своєї діяльності ставили комуністичне виховання членів.

Нова сторінка історії недержавних організацій розпочалася зі здобуттям Україною незалежності. Відтоді політики, громадські діячі, вчені постійно наголошували на необхідності суспільних перетворень. Нині формування громадянського суспільства є одним з пріоритетів державної політики. І хоча кількість недержавних організацій в Україні, порівняно з іншими країнами, є малою, вона має тенденцію до стійкого збільшення. Якщо, за статистикою, в 1996 р. в Україні діяло приблизно 16 тисяч НДО, то на початку 2000 р. їх кількість становила вже близько 25 тисяч. У 2005 році нараховувалося понад 30 тисяч громадських і майже 17 тисяч благодійних організацій, і зараз намітилася стійка тенденція постійного зростання цих показників<sup>24</sup>.

Функціонування НДО в Україні регулюється цілою низкою законів та нормативно-правових актів<sup>25</sup>. В аналітичній доповіді за результатами досліджен-

<sup>24</sup>В Україні одна недержавна організація припадає на 400 мешканців, тоді як у США одна НДО – на 130 американців.

<sup>25</sup>Зокрема, законами «Про підприємства в Україні» (від 27.03.1991 р. з наступними змінами від 29.05.2001 р.), «Про об'єднання громадян» (від 16.06.1992 р. з наступними змінами від 11.07.2001 р.), «Про благодійництво та благодійні організації» (від 16.09.1997 р.), «Про професійних творчих працівників та творчі спілки» (від 07.10.1997 р. з наступними змінами від 21.10.1999 р.), «Про гуманітарну допомогу» (від 22.10.1999 р.), «Про політичні партії в Україні» (від 05.04.2001 р.), «Про національні меншини в Україні» (від 25.06.1992 р.) та ін.



ня українського законодавства, що впливає на розвиток «третього сектору», підготовлений Міжнародним Центром Некомерційного Права для Світового Банку, зазначалося, що «українське законодавство створює гарну правову основу для здійснення свободи слова і об'єднань через створення об'єднань громадян, а також спілок об'єднань громадян і спілок юридичних осіб. Законодавчі обмеження свободи об'єднань відповідають в цілому нормам міжнародного права» [209; с.103]. Незважаючи на це, потреба в базовому законі про неприбуткові (непідприємницькі) організації є доволі гострою, оскільки діяльність більшості НДО, за радянською традицією, вже почала регулюватися відомчими інструкціями<sup>26</sup>.

Половина з існуючих в Україні громадських організацій за статутною діяльністю належить до культурно-мистецьких. Серед них – ціла низка організацій театрального, музичного, книговидавничого, образотворчого, кінематографічного спрямування, національно-культурних товариств, які не тільки успішно функціонують, стимулюючи продукування мистецьких вартостей, а й поширюють здобутки українського мистецтва як в Україні, так і за її межами. Це, зокрема, Мистецький центр «Дзига» (Львів), «Мистецьке березілля» (Київ), «Асоціація нової музики» (Одеса), Центр сучасного мистецтва (Київ), Українська асоціація видавців і книготорговців, молодіжний центр «Форум», Асоціація музеїв та галерей (Львів), Асоціація українських письменників, Спілка молодих кінематографістів, Асоціація арт-галерей України, Асоціація діячів сучасного мистецтва, творчі спілки та багато інших.

Аналіз ситуації показує, що за роки незалежності культурно-мистецькі організації так званого «третього сектору» пройшли складний шлях свого становлення і розвитку: від двополосного конгломерату комерційно-розважальної та дисидентськи-андеграундової культури до широкого спектру мистецького просвітництва, створення культурно-мистецьких товарів та послуг, вишуканих естетичних експериментів. Більше того, саме «третій сектор» стає запорукою культурної різноманітності України як носія європейської цивілізаційної моделі, сполучаючи в собі рівні можливості розвитку різних суб'єктів культури, миролюбність як принцип внутрішньої і зовнішньої самореалізації, а в підсумку – закладає підвалини державно-громадської системи культурно-суспільного життя.

Своїм становленням і розквітом організації «третього сектору» зобов'язані не лише демократичним перетворенням в Україні, зміні державної культурної політики, а й фінансовій підтримці громадських організацій як з боку міжнародних донорських організацій, так і з боку держави. Формами співпраці держави та громадських об'єднань є державне сприяння проведенню різноманітних фестивалів, конкурсів,

---

<sup>26</sup>Зокрема, постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про порядок державної реєстрації благодійних організацій» від 30.03.1998 р. №382, наказами Державної податкової адміністрації «Про затвердження Положення про Реєстр неприбуткових організацій і установ» від 11.07.1997 №232 та «Про затвердження Методичних рекомендацій відносно структури ознаки неприбуткової установи (організації)» від 17.11.1998 р.№550.

національних свят, концертів, днів культури, виставок декоративно-ужиткового та образотворчого мистецтва, надання державних грантів на підтримку молодих митців у галузях музичного, образотворчого, театрального мистецтва та кінематографу тощо. За участю представників громадських організацій культурно-мистецького спрямування відбуваються практично всі семінари, “круглі столи”, тренінги з різних питань діяльності галузі, ініційовані Міністерством культури і туризму України. За останні 3 роки відбулися “круглі столи” за темами: “Проблеми української мови в діаспорі” (17-18 грудня 2007 року, м.Київ); “круглий стіл” із питання національної поняттєво-термінологічної системи в галузі культури і мистецтва та Праксеологічних основ створення і розвитку словникової бази термінологічних даних (28 листопада – 2 грудня 2007 року, м.Київ); “Білоруська культура – складова української культури” (27 жовтня 2007 року, м.Київ); “Народознавча спадщина Василя Скуратівського і питання відродження української традиційної культури” (25 жовтня 2007 року, м.Київ) тощо.

Отже, все це є свідченням того, що суспільство та його репрезентативні інстанції свідомі того, що культурно-мистецькі організації недержавного сектору сьогодні становлять реальну суспільну силу і стають дедалі потужнішим чинником культурної активності населення. Разом з тим, «незважаючи на наявність численних недержавних неприбуткових організацій та об'єднань, попри ... законотворчі зусилля й навіть окремі часткові успіхи..., «третього сектора суспільного виробництва» фактично досі не сформовано» [210; с.84]. Зростання ролі і впливу недержавних організацій в загальному контексті культурної політики було б дієвішим, якби в Україні були вирішені проблеми, пов'язані з законодавчим, організаційним, фінансовим забезпеченням їх діяльності, врегульовані партнерські стосунки з органами виконавчої влади всіх рівнів, місцевим самоврядуванням тощо. Розвиток сектора недержавних організацій та дедалі тісніша співпраця НДО з органами державної влади всіх рівнів є неодмінною умовою переходу до демократичних форм управління державою. Однією з перешкод на шляху активізації участі НДО в процесі вироблення політики є відсутність механізмів проведення громадських консультацій та обговорень. Подолання цієї перешкоди шляхом вивчення і впровадження зарубіжного досвіду сприятиме посиленню спроможності українських НДО до виконання процедур демократії та налагодженню необхідного в громадянському суспільстві діалогу між урядом і громадськістю.

Залучення громадян до участі в розробці та реалізації культурної політики відбувається, в основному, через діяльність експертних рад (комісій), що утворюються при Міністерстві культури і туризму України, а також через впровадження різноманітних освітніх програм для громадян України.

Однією з перших при Міністерстві культури і туризму України була створена *Експертна комісія з питань розповсюдження і демонстрування фільмів*, що діє на підставі Положення про державне посвідчення на право розповсюдження і демонстрування фільмів, затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 17

серпня 1998 року №1315 (1315-п) [211]. Відповідно до Положення про Експертну комісію, затвердженого наказом Міністерства культури і туризму від 13.06.2005 №390 (реєстраційний номер Міністерства юстиції України – 712/10992 від 05.07.2005 р.), для прийняття рішення про вікове обмеження або заборону демонстрування фільму на території України його має переглянути не менше половини загальної кількості членів Експертної комісії. На підставі заповнених членами комісії експертних карток технічний секретар складає протокол, у якому оформляється висновок, що затверджується головою Експертної комісії. До складу Експертної комісії входять провідні фахівці в галузі кіномистецтва, редактори профільних видань, члени професійних спілок, громадських організацій, науково-дослідних та експертних організацій, Національної ради з питань телебачення та радіомовлення України та інших установ. У 2008 році при Міністерстві культури і туризму України було створено ще один колегіальний консультативно-дорадчий орган в галузі кінематографії, що діє на громадських засадах – *Вищу експертну Раду з питань кінематографії* (наказ міністра культури і туризму України від 25.07.2008 №839/0/16-08). Основною метою діяльності Ради є: здійснення експертиз проектів програм виробництва та розповсюдження фільмів за державним замовленням, оцінка рівня якості, художньої, жанрової та економічної доцільності кінопроектів, що вже виробляються за держзамовленням, та їх складових (сценаріїв, кошторисів, технічного обладнання тощо), надання Міністерству культури і мистецтв України пропозицій щодо визначення пріоритетними напрямів розвитку, програм, заходів та дій в галузі національного кінематографу тощо. До складу Ради входять заступники Міністра культури і туризму України, Голова та представники Держкіно, провідні фахівці в галузі літератури, музики, театру, кінематографу, народні депутати України, представники профільних творчих, професійних спілок і гільдій, науковці.

Дорадчим органом при міністерстві, що забезпечує ефективну співпрацю з громадськістю в питаннях визначення кращих проектів пам'ятників і монументів державного значення, є *Експертна рада з монументальної скульптури*. До її складу входять провідні митці, представники міністерств і відомств, громадських організацій і творчих спілок, котрі визначають художній рівень конкурсних проектів та забезпечують подальшу роботу з виготовлення і встановлення пам'ятників і монументів.

Від 2005 року в Міністерстві культури і туризму України працює *Експертна Рада з розгляду заявок учасників конкурсу з визначення вітчизняних гастролерів*, для підтримки яких передбачається надання коштів, що надходять від збору на проведення гастрольних заходів.

При Міністерстві культури і туризму України також діють:

- *Експертна рада з відбору та придбання кращих творів українських композиторів, видатки на які здійснюються з державного бюджету України на умовах державного замовлення;*
- *Експертна рада з відбору та придбання творів образотворчого, декоративного та народного мистецтва;*

- *Експертна рада з питань відбору книг для поповнення фондів публічних бібліотек;*
- *Експертні ради з розгляду клопотань про надання статусу академічного творчим колективам України в галузях музичного та театрального мистецтва;*
- *Науково-методична рада з питань охорони культурної спадщини;*
- *Рада директорів початкових спеціалізованих мистецьких навчальних закладів (шкіл естетичного виховання);*
- *Рада з питань культури національних меншин України;*
- *Громадська рада.*

Актуальні зміни в плані залучення громадян до участі в розробці та реалізації культурної політики відбулися і в регіонах. Зокрема, в сфері охорони культурної спадщини своєрідною базою, на якій відпрацьовуються питання організації взаємодії державних органів, наукових установ, підприємств, бізнесових структур та громадських організацій, стала заповідна територія острова Хортиця (Запорізька область). Результатом активної співпраці усіх зацікавлених сторін стала Концепція розвитку о. Хортиця, що враховуватиме і його надзвичайну історичну та культурну цінність, і розташування в центрі великого промислового міста [212; с.9].

Гостро стоїть і питання поліпшення взаємодії міністерства з регіональними громадськими організаціями. Деякі регіони, відповідно до вимог часу, вже набули власного досвіду в питаннях залучення громадян до участі. Зокрема, у Чернівцях від 2003 року активно діє *Громадсько-консультативна рада з питань охорони культурної спадщини в межах історико-культурної заповідної території м. Чернівці*, створена рішенням виконавчого комітету Чернівецької міської ради №139/4 від 18.02.2003 р. До неї входять понад 30 чоловік, серед яких – відомі архітектори, науковці, філософи, представники органів місцевого самоврядування, журналісти, корінні городяни. Громадська рада активно контактує з міською радою, проводить громадські слухання з питань реконструкції історичної частини м. Чернівців, здійснює міжнародне співробітництво з Швецією, Австрією, Росією та іншими країнами. Завдяки функціонуванню Громадсько-консультативної ради, яка працює прозоро й відкрито, в тісній взаємодії зі ЗМІ, поступово змінюється ставлення до архітектурної спадщини Чернівців, а одним із головних підсумків діяльності ради останніх років стало оформлення документів щодо внесення архітектурної спадщини Чернівців до списку об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Загалом, сьогодні актуальним є створення якісно нової моделі стосунків міністерства як центрального органу виконавчої влади з регіонами. Назріла необхідність формування нової стратегії відносин, одним із складників якої може стати Координаційна рада з питань регіональної політики при Міністерстві культури і туризму України як дорадчий орган у виробленні стратегії і тактики спільної діяльності влади і громадськості. Необхідність формування такої Координаційної ради диктується ще й тим, що у створенні та функціонуванні громадських рад (колегій) при органах управління галуззю культури на території нашої держави спостерігається певна нерівномірність.

Слід зауважити, що громадські (експертні) ради з питань культури утворюються та функціонують не лише при Міністерстві культури і туризму України чи керівних органах галузі на місцях. Від 2006 року при Президентові України діє *Національна рада з питань культури і духовності* (указ Президента України від 7 лютого 2006 року №112/2006) як консультативно-дорадчий орган, який вивчає та аналізує стан розвитку культури і духовності в Україні, вносить пропозиції щодо вдосконалення законодавства, формування національної стратегії створення цілісного інформаційно-культурного простору тощо. *Громадська рада з питань культури та духовності* як постійний консультативно-дорадчий орган з лютого 2005 року існує при Комітеті Верховної Ради України з питань культури і духовності. До її складу входять представники творчих об'єднань, асоціацій, спілок та установ, а також незалежні організації, митці та представники законодавчої і виконавчої гілок влади. Державний комітет з телебачення та радіомовлення в 2005 році створив *Громадську експертну раду з захисту моралі в засобах масової інформації*, до складу якої увійшли правозахисники, журналісти, фахівці кіно, представники Міністерства культури і туризму. Рада координує роботу зі створення концепції захисту суспільної моралі.

Що стосується освітніх програм для громадськості, то в Україні поки що надзвичайно мало власних фахівців зі зв'язків з громадськістю, які могли б передавати свій досвід співгромадянам. У більшості випадків освітні програми ініціюють і проводять експерти з інших країн, зацікавлені у розвитку партнерських відносин з Україною.

З 3 по 19 грудня 2008 року у містах Львів, Київ, Житомир, Вінниця було проведено *семинар з питань залучення інституцій громадянського суспільства до підтримки культури* (наказ міністра культури і туризму України від 27.11.2008 № 1466/0/16-08). Цей загальнодержавний проект мав на меті презентувати та винести на громадське обговорення нові форми менеджменту в культурі, перевірені практикою західних країн. Організатором проекту виступила Державна агенція промоції культури України, пріоритетом діяльності якої є привернення уваги суспільства до реальної підтримки та розвитку галузі культури через запровадження нових форм менеджменту.

26-29 березня 2009 року в Національній парламентській бібліотеці України відбувся *Міжнародний семінар-тренінг «Ефективні інструменти формування культурної політики: європейський досвід, проблеми, можливості, перспективи»*. Метою семінару було навчання сучасних форм менеджменту управлінців у сфері культури центрального та регіонального рівня і представників недержавних культурних інституцій. Цим заходом Міністерство культури і туризму України разом з громадською організацією «Центр розвитку «Демократія через культуру»» продовжує освітню програму, зосереджену на розробці ефективних механізмів співпраці місцевої влади і громадянського суспільства в аспекті модернізації української культурної політики. Семінар сфокусований на побудові стратегії розвитку сучас-

ного міста на основі творчих проектів та ініціатив, а також на пошуку варіантів комплексного поєднання проектів, що підтримуються міжнародними організаціями та місцевими громадами. Захід відбувся в рамках проекту «Культурна політика і культурний обмін» Регіональної програми Ради Європи «Київська ініціатива для демократичного розвитку через культуру Азербайджану, Вірменії, Грузії, Молдови та України», спрямованої на розвиток міжкультурного діалогу та культурного розмаїття з метою підтримки демократії та громадянського суспільства в країнах Східної Європи та Кавказького регіону. Учасниками семінару – представниками місцевої влади та культурно-мистецьких недержавних організацій, європейськими експертами з питань культурної політики, учасниками спільних з Радою Європи пілотних проектів – було приділено особливу увагу питанням можливої синергії між різними проектами та ініціативами, що підтримуються міжнародними організаціями та місцевими громадами.

Як видно з наведених прикладів, в Україні почався рух у напрямку нових форм комунікації, адекватних принципам сучасного рівня демократії, які роблять можливим широке залучення громадськості до процесів вироблення й реалізації культурної політики. Досвід передових країн повинен бути детально проаналізований і вивчений Україною, яка має в цьому плані певні проблеми.

В Україні, де ще нема необхідного рівня залежності влади від населення, розвиток системи зв'язків з громадськістю знаходиться поки що в зародковому стані, як і раніше, в радянські часи, спостерігається сильний перекіс у бік інформування (а часто – дезінформування), хоча пошук нових форм соціокультурної комунікації вже розпочався. Створені й ефективно діють перші громадсько-консультативні ради при органах державної влади, все активніше проходять громадські консультації, “круглі столи”, семінари, тренінги, обговорення найважливіших суспільних проблем; надзвичайно популярними стають прями телефонні лінії, Інтернет-конференції в інтерактивному режимі за участю керівників найвищих рангів; створений і продовжує розвиватися Єдиний веб-портал органів державної влади, веб-сайти установ, організацій і закладів культури.

Однак, “незважаючи на те, що прозорість дій уряду України суттєво зросла, нинішні процедури все одно не забезпечують потрібного рівня оцінки наслідків та зворотного зв'язку щодо пропонуваних варіантів політики” [117; с.54]. Зокрема, громадські ради, на думку представників громадськості, в своїй більшості ще не перетворилися на реальний механізм діалогу та інструмент впливу на прийняття рішень. Ефективній роботі громадських рад заважає інформаційна закритість органів влади, слабкість самих громадських організацій, недостатня законодавча база для роботи НДО та громадських рад, проблеми матеріально-технічного забезпечення роботи громадських рад, велика залежність від суб'єктивного ставлення керівника державного органу, а також недостатнє інформаційно-аналітичне забезпечення культурної політики та відсутність дієвої й розвиненої системи інформаційно-аналітичного моніторингу культурних процесів в українському суспільстві.

Існуючі принципи і механізми управління галуззю все ще зорієнтовані на традиційну патерналістську модель підтримки культури; впровадження ж нових форм і методів менеджменту, основою яких є ефективна комунікація всіх ланок і рівнів управління та дієвий зворотний зв'язок, відбувається вкрай повільно. Невиробленість принципів демократії, слабкий розвиток громадянського суспільства призвели до того, що комунікаційний простір України, незалежно від спроб налагодити управління ним, формується сьогодні стихійно, за незрозумілими законами. Відсутність ефективної комунікаційної взаємодії між різними недержавними структурами та гілками влади стала причиною нестійкості функціонування влади, непослідовності в проведенні реформ та розбалансованості основних сфер життєдіяльності українського суспільства.

Ситуація багато в чому пояснюється слабкістю самої влади в Україні, адже застосування примусу є свідченням недостатності влади. Через призму концепції Н. Лумана стає зрозумілим, наскільки багато в українському суспільстві “альтернатив уникнення” і наскільки мало “альтернатив свободи”. Формування відкритого комунікаційного середовища в Україні буде гальмуватися до тих пір, доки на всіх владних рівнях не буде визнаний пріоритет інтересів і свобод людини, а правовий код не стане основою регулювання суспільних відносин.

Усвідомлення проблеми нерозвиненості інструментів самоорганізації в суспільстві, недостатність законодавчої бази, вираженої політики та розуміння нових тенденцій соціокультурної комунікації сприяли започаткуванню дискусії про сутність громадянського суспільства та його взаємовідносини з державною владою в Україні. Проголошений в Конституції України принцип, згідно з яким людина є найвищою цінністю, має забезпечуватися спільними зусиллями держави і громадянського суспільства. Реалії ж підтверджують, що держава поки що має значно більше засобів впливу на суспільство, ніж суспільство на державу. Саме цей показник дає змогу стверджувати, що громадянське суспільство в Україні перебуває на початковій стадії розвитку.

До важливих передумов утвердження громадянського суспільства належать ринкові відносини, що формують мережу недержавних підприємств, організацій та об'єднань – кістяк для розвитку громадянського суспільства. Нова модель стосунків громадянського суспільства і держави також передбачає взаємне визнання таких принципів, як «...субсидіарність, відкритість та раціональність механізму прийняття рішень, чітке розмежування повноважень і відповідальності, суспільний контроль та система підвітності тощо» [213; с.5]. Надзвичайно важливим на шляху співпраці є пошук зворотного зв'язку, дієвого механізму впливу громадянського суспільства на прийняття і реалізацію управлінських рішень. На жаль, в Україні поки що такий механізм не створено.

Взагалі, громадянське суспільство в Україні може розвинутися й стати збалансованим лише за умови подолання інертності соціуму та розвитку політичної культури громадян, котрі повинні усвідомити себе суверенними, вільними, рівни-

ми та відповідальними. Першочерговим завданням є кардинальна зміна мислення і психологічних установок державних службовців, виховання орієнтації на надання послуг громадянам, уважне і доброзичливе ставлення до їх проблем. У будь-якій державній установі кожного відвідувача (автора звернення тощо) повинні сприймати як клієнта: з готовністю надати послугу і допомогти вирішити його проблеми. Психологічні установки державних службовців поки що не відповідають цим нормам, пріоритет інтересів людини і громадянина ще не став основою самого поняття державної служби в Україні. Слово “клієнт”, яке в контексті державного управління ще не звичне для нас, вже давно ввійшло в лексикон західних політиків і категоріальний апарат досліджень з аналізу політики. Державна служба в умовах демократії завжди є client-oriented, тобто, орієнтованою на клієнта, а основна місія будь-якого демократичного уряду – служити суспільству і кожному конкретному громадянину.

У процесах надання інформації та формування громадської думки необхідно враховувати специфіку галузі культури: велику користь можуть принести відомі митці, діячі культури і мистецтва, котрі здатні стати “лідерами думки” (Г. Почепцов), чії ідеї можуть стати цінними для всього суспільства. Оскільки дедалі більшого значення в Україні набуватимуть громадські ради, що у відповідь на виклики часу виникають у сфері культури і мистецтва, до їхньої діяльності потрібно ставитися дуже уважно. Адже при тому, що свою думку стосовно будь-якого питання культурної політики може висловити кожний громадянин, впливати на рішення державного рівня повинні лише професіонали. Це ж зауваження стосується й роботи журналістів, котрі висвітлюють питання діяльності галузі: при позірній легкості, доступності культурно-мистецької проблематики глибинне її осягнення та об’єктивне висвітлення можливі лише за умови високого професіоналізму, тобто спеціальної підготовки та досвіду роботи в сфері культури. Підлягають перегляду також способи надання інформації та проведення громадських консультацій: необхідним є опанування сучасних комунікаційних технологій і широке використання можливостей мережі Інтернет.

Таким чином, у даному розділі окреслені комунікаційні тенденції у галузі української культури, що намітилися останнім часом. Їх подальше комплексне дослідження зусиллями представників різних наук сприятиме пошуку шляхів підвищення довіри громадян до влади, прозорості дій владних структур, належному інформаційному супроводу прийняття рішень у сфері культурної політики.



## ПІСЛЯМОВА

Сучасна людина живе в світі комунікації. Комунікативні ознаки притаманні практично всім проявам особистого й суспільного життя від виховання, освіти, моралі до політики, ідеології та мистецтва. Бурхливий розвиток засобів комунікації призвів до того, що комунікація перестала бути серією послідовних актів, перейшовши в стан одночасності. Це означає, що учасники комунікації одночасно знаходяться в декількох комунікаційних сферах, пов'язаних або не пов'язаних між собою. При цьому паперові та електронні технології забезпечують необхідний обсяг «пам'яті», який дозволяє зберігати вироблені смисли та продовжувати нарощування комунікації. З іншого боку, встановлюються все нові й нові соціальні зв'язки, оскільки значно зростає число способів включення в комунікацію. Так, кожний новий засіб комунікації, будь то письмо, телеграф, телефон або електронні мережі, не лише трансформує характер повідомлень, а й породжує нові смислові конфігурації, нові повідомлення. Включаючись у мережі комунікативних відносин, людина використовує накопичений культурний досвід та всі наявні способи комунікації для виробництва й розуміння повідомлень.

Проблему діалогічних, комунікативних відносин настійливо супроводжує проблема розуміння. У сучасному суспільстві дія, орієнтована на розуміння, займає панівне становище, переважаючи над діями, орієнтованими на досягнення мети, дотримання норм, навмисну експресію. Розуміння як механізм координації дій, що значною мірою спирається на багаторівневу систему знань, є невід'ємною складовою комунікації в суспільстві: лише досягаючи розуміння відносно ситуації дії, учасники комунікації можуть адекватно діяти. Прагнучи до розуміння, комуніканти докладають інтерпретаційних зусиль, виявляючи смисл (смисли) повідомлення в контексті ситуації. Сукупність смислів структурується в процесі культурного виробництва й складає «життєвий світ» учасників комунікації, цілісне імпліцитне знання, що являє собою множину культурних зразків тлумачення світу.

Відкритий простір комунікації з потужним наступом Інтернету, активізацією процесів інформатизації суспільства та впровадження найсучасніших комунікаційних технологій несе людству безперечні позитиви й економічні вигоди. Поруч із ними з'являються способи маніпуляції суспільною свідомістю, корпоративний егоїзм, використання людської слабкості та інші негативні наслідки сучасних PR-технологій, які відкрили нові можливості обміну інформацією, але гостро поставили питання про її носія та призначення. Так, визначальною для повноцінного, ефективного, цивілізованого функціонування механізмів комунікації в сучасному соціумі стає етична домінанта, неухильно зростає роль культури в комунікаційних процесах.

Взаємодія та взаємозв'язки культури й комунікації складні, багатоманітні і очевидні. Через комунікацію ми творимо культуру, а спілкування завжди є культурним. Комунікація стимулює культурні інновації в суспільстві, стаючи тим соціальним стрижнем, навколо якого обертаються міжлюдські стосунки і наукові відкриття, політико-адміністративні заходи та культурні потреби, розважальна та серйозна інформація тощо.

Комунікація сприяє повноцінному функціонуванню культури, формуванню і збагаченню її змісту. У свою чергу, культура може розглядатися як механізм створення, збереження й ефективного розповсюдження соціально значимої інформації, процес акумуляції соціального досвіду. Будучи своєрідним комунікативним кодом або «ієрархією текстів» (К. Леві-Строс), культура сама може розшифровувати знаки і коди представників інших культур, визначати й фіксувати цінності, транслювати від покоління до покоління духовні і матеріальні багатства, накопичені протягом історичного розвитку людства, а також сприяти становленню зворотного зв'язку в складній багатоканальній комунікаційній системі «Світ – Людина».

Взаємозв'язки культури та комунікації настільки міцні й різноманітні, що пояснити причини виникнення багатьох явищ культури можна лише через призму комунікативного підходу. Отже, комунікація й культура існують і розвиваються в постійному взаємовпливі, перетинаючись і стимулюючи глибокі суспільні трансформації і перетворення. Комунікація є можливою при будь-якому типі культури та соціального устрою. Більше того, жодна модель культури не може існувати без трансляції в синхронному та діахронному зрізах. Комунікація як сукупність прийомів трансляції культурних цінностей супроводжує людство протягом усього періоду його існування від печерних спільнот до сучасного суперкомунікаційного світу.

Зміна й розвиток форм комунікації, їх ускладнення, спеціалізація і вдосконалення можуть бути критерієм оцінки стану культури, адже комунікація певною мірою характеризує і відбиває її рівень. На думку сучасного американського культуролога Джеймса Лалла, “будь-яке дослідження культури в глобалізованому, обплетеному мас-медіа й Інтернетом світі мусить брати до уваги найусеохопніший аспект комунікації – її здатність до взаємодії” [72; с.17]. Постійні перетини, взаємозв'язки і взаємовпливи цих двох явищ суспільного життя – культури і комунікації, що значно активізувалися наприкінці ХХ сторіччя, дають підстави для перших спроб їх наукового осягнення саме в такому, взаємопов'язаному контексті. Тим більше, що в науковому світі крім понять і норм комунікативної філософії К.О. Апеля, В. Кульмана, З.Д. Гуревича, Ю. Габермаса вже набули певного поширення розглянуті в даній монографії теорії й моделі культурної комунікації Р.Якобсона, Р.Вільямса, концепції масової культури, масової комунікації та мас-медіа А. Хаузера, Х. Ортеги-і-Гассета, Г. Почепцова, В. Королька та ін.

Не випадково методологічним полем для дослідження сучасних комунікаційних технологій на теренах нашої держави було обрано сферу культури. Комунікаційний аспект є принципово новим для культурної політики України (втім, як і для політи-

ки в інших сферах життєдіяльності українського суспільства). Однак, для культури як галузі духовного виробництва і «способу життя суспільства в усій його повноті» (Р. Вільямс) він є найбільш природним та історично виправданим.

Аналіз стану розвитку сучасних комунікаційних технологій, здійснений у даній монографії на прикладі культурної політики, показав, що в Україні почався пошук нових форм соціокультурної комунікації, які є адекватними принципам сучасного рівня демократії і роблять можливим широкє залучення громадськості до процесів вироблення та реалізації культурної політики. З широкого спектру видів PR-діяльності найбільш розвинутими виявилися традиційно використовувані ще з радянських часів засоби взаємодії з мас-медіа та пропаганди; значна частина інших, не менш важливих і ефективних PR-технологій, таких, як громадські консультації, інформаційний моніторинг, лобіювання корпоративних інтересів, проведення політичних кампаній, створення позитивного іміджу тощо, виявилися новими для всіх рівнів менеджменту. В Україні створена широка законодавча база з питань інформаційно-комунікаційної діяльності, однак відсутність офіційної концепції інформаційної (комунікаційної) політики робить механізми соціокультурної взаємодії та обмінів холостими, а мінімальний рівень залежності влади від населення спричиняє сильний перекис у бік інформування замість пошуку оптимального балансу громадських інтересів і активного залучення громадян до участі в процесах вироблення та реалізації культурної політики. Найбільш нагальними є для України проблеми розвитку «третього сектору», пошуку ефективних механізмів зворотного зв'язку в суспільній комунікації та підвищення політичної культури громадян, подолання яких дасть змогу говорити про появу в Україні громадянського суспільства.

Ефективні зв'язки між владою та громадськістю є особливо актуальними на сучасному етапі державотворення в Україні, яка перебуває в стадії значних соціальних трансформацій і переходу від адміністративно-командних методів управління до демократичних, від планової соціалістичної економіки до ринкових відносин, від ієрархічної однібічної комунікації до плюралізму думок і технологій переконання. Вивчення та використання в перехідний період світового досвіду у сфері зв'язків з громадськістю, частково описаного в даній монографії, підготовка фахівців відповідного профілю дозволять створити в Україні таку систему управління інформаційними потоками, яка б забезпечувала діалоговий характер відносин між владою та громадськістю, цілеспрямоване формування громадської думки, стимулювання громадянської активності, підвищення авторитету та довіри до органів державної влади. Тільки така система соціокультурних відносин, що діятиме відповідно до вимог часу, наблизить Україну до стандартів демократичної цивілізованої правової держави.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Попович М.В.* Нарис історії культури України. - К.: "АртЕк", 1999. - 728 с.
2. Аристотель. Сочинения: В 4-х томах/Аристотель; АН СССР, Ин-т философии. - М.: «Мысль», 1975. - Т.1. Метафизика. - 550 с.
3. Философия культуры. Становление и развитие /Под ред. М.С.Кагана, Ю.В.Перова, В.В.Прозерского, Э.П.Юровской. - СПб: Изд-во «Лань», 1998. - 448 с.
4. *Декарт Р.* Рассуждение о методе... Первоначала философии. Соч. в 2-х томах. Т.1. - М.: Мысль, 1989. - 654 с.
5. *Лейбниц Г.-В.* Сочинения в 4-х томах. Т.1. - М.: Мысль, 1982. - 636 с.
6. *Гердер И.Г.* Идеи к философии истории человечества. - М.: «Наука», 1977. - 703 с.
7. *Пискунов А.* Проблемы трудового обучения и воспитания в немецкой педагогике 18-начала 20-го века. - М.: Педагогика, 1976. - 296 с.
8. *Юдкін-Ріпун І.М.* Культурологія Просвітництва. - К.: НАН ІМФЕ, 1999. - 200 с.
9. *Донец П.Н.* Основы общей теории межкультурной коммуникации: научный статус, понятийный аппарат, языковой и неязыковой аспекты, вопросы этики и дидактики. - Харьков, 2001. - 386 с.
10. *Schramm W.* The Nature of Communication Between Humans // Process of Effects of Mass Communication. - Urbana, 1971.
11. *Грушевицкая Т.Г.,* Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов (под ред. А.П.Садохина). - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 352 с.
12. Коммуникационный менеджмент: социально-философское введение / Автор – составитель – Лучанкин А.И. - Екатеринбург, 2001. - 68 с.
13. *Петров М.* Язык, знак, культура. - М.: Наука, 1991. - 328 с.
14. *Каган М.* Философия культуры. - СПб: «Петрополис», 1996. - 416 с.
15. *Каган М.* Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. - М.: Политиздат, 1988. - 319 с.
16. Культурология. XX век: Словарь. - СПб: Университетская книга, 1997. - 640 с.
17. *Мальковская И.* Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. - М., 2004. - 204 с. Режим доступа: <http://urss.ru>
18. *Локишина С.М.* Краткий словарь иностранных слов. - М.: «Советская Энциклопедия», 1966. - 384 с.
19. *Мукаржовский Ян.* Сценическая речь в авангардном театре//Исследования по эстетике и теории искусства: Пер. с чешск. - М.: «Искусство», 1994. - С.356-360.
20. *Бахтин М.* Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках//Эстетика словесного творчества/Сост.С.Г.Бочаров. - 2-е изд. - М.: Искусство, 1986. - С.297 - 325.
21. *Бахтин М.* Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. - М.:Искусство, 1986. - С.250-296.
22. *Ясперс К.* Смысл и назначение истории / М.И.Левина, П.П.Гайденко (сост.); М.И.Левина (пер. с нем.). - М., 1994. - 527 с.
23. *Бубер М.* Два образа веры. - М.: Республика, 1995. - 464 с.
24. *Habermas J.* Technik und Wissenschaft als Ideologie. - Fr. auf, 1968.
25. *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие//Д.В.Скляднев (пер. с нем. под ред.). - СПб: Наука, 2000. - 380 с.

26. Щедровицкий Г.П. Избранные труды. - М., 1995. - 759 с.
27. Щедровицкий Г.П. Интеллект и коммуникация//Вопросы философии. - 2004. - №3. - С.170-183.
28. Левинтов А.Е. Две рефлексии. Режим доступа: <http://gp.metod.ru/mmk/problem/problemsue/16/print>
29. Генисаретский О.И. Методическая рефлексия и методическая коммуникация. Режим доступа: <http://www.prometa.ru/olegen/publications/17>
30. Mead G.H. Mind, Self and Society. - Chicago, 1963.
31. Shannon C.E., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. - Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1963. - 125 p.
32. Гадамер Г. О круге понимания//Актуальность прекрасного: Пер. с нем. - М.: Искусство, 1991. - С.72-82.
33. Малахов В.С. Философская герменевтика Г.Г.Гадамера/Г.Г.Гадамер. Актуальность прекрасного. Пер. с нем. - М.: Искусство, 1991. - С.320-336.
34. Никитин В.А. Проблема коммуникации // Коммуникационный менеджмент: Сб. докладов / Сост. Ю.Б.Грязнова. - Тольятти, 2000. - С.100-103.
35. Гуревич П.С. Культура как объект социально-философского анализа//Вопросы философии. - 1984. - №5. - С.35-54.
36. Суханова Н. Под частыми звездами. - Ростов-на-Дону: Кн. изд-во, 1977. - 191 с.
37. Конев В.А. Человек в мире культуры. - Самара, 1996. - 133 с.
38. Гуревич П.С. Культурология: Учебное пособие. - М.: Знание, 1996. - 288 с.
39. Баткин Л. О постмодернизме и "постмодернизме"//Октябрь. - 1996. - №10. - С.188.
40. Маккенна Т. Истые галлюцинации. - М.: Изд-во Трансперсонального института; К.: AirLand, 1996. - 287 с.
41. Williams R. "Communications and Community", in: Resources of Hope. - London, Verso, 1980.
42. Мозм С. Искусство слова: О себе и других. - М.: Худож. лит., 1989. - 399 с.
43. Мир через культуру: Ежегодник. Вып 1. - М.: Советский писатель, 1990.
44. Швейцер А. Благоговение перед жизнью. Пер с нем. - М.: Прогресс, 1992. - 576 с.
45. Волков Г.Н. Три лика культуры / Худож. Ю.Иванов. - М.: Молодая гвардия, 1986. - 335с.
46. Культурология: Конспект лекций. 2-е изд. - Ротов-на-Дону: «Феникс», 2003. - 160 с.
47. Козловски П. Современность постмодерна//Вопросы философии. - 1995. - №10. - С.93-98.
48. Малиновский Б. Научная теория культуры. Пер с англ. И.В.Утехина. - М.: ОГИ,1999. - 208 с.
49. Goodenough W.H. Cultural anthropology and linguistics//Hymes D.H. (Ed.) Language in Culture and Society. - New York: Harper and Row, 1964.
50. Arnold M. Culture and Anarchy. Cambridge University Press, 1932.
51. Williams R. Culture and Society, 1780-1950. - Penguin, 1963.
52. Кравченко І. Культура як національна мета//Віче. - 1995. - №2. - С.131-143.
53. Йолон П.Ф. Крымский С.Б., Парахонский Б.А. Рациональность в науке и культуре. - К.: Наукова думка, 1989. - 288с.
54. Чучин-Русов А.Е. Культурно-исторический процесс: форма и содержание//Вопросы философии. - 1996. - №4. - С.3-15.
55. Словарь терминологии тартуско-московской семиотической школы: Сост.Я.Левченко: Под рук. И.А.Чернова. Режим доступа: [www.diction.chat.ru/kommunik.html](http://www.diction.chat.ru/kommunik.html)
56. Винарик Л.С., Берсуцкий Я.Г., Щедрин А.Н. Информационная культура в современном обществе: Учеб. пособие. - Донецк, 2003. - 322 с.
57. Kroeber A., Kluckhohn C. Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions. - Cambridge, MA, 1952.
58. Луговий В.І. Управління освітою: Навчальний посібник для слухачів, аспірантів, докторантів спеціальності "Державне управління". - К.: Видавництво УАДУ, 1997. - 302с.
59. Філософський енциклопедичний словник / За ред. В.І.Шинкарука. - К.: Абрис, 2002. - 742 с.

60. *Marcuse H. One Dimensional Man.* – London, Sphere, 1968.
61. *Орзета-и-Гассет Х.* Дегуманізація мистецтва і інші роботи: Збірник: Пер. с исп. – М.: Радуга, 1991. – 639 с.
62. *McLuhan M. From Cliché to Archetype.* - N.-Y., 1970.
63. *McLuhan M. The Gutenberg Galaxy.* N.-Y., 1972.
64. *McLuhan M. Understanding Media.* - London, 1967.
65. *McLuhan, M. and Fiore, Q. The Medium is the Message.* - New York: Bantam, 1967.
66. *Моль А.* Социодинамика культуры. – М.: Прогресс, 1973. – 403 с.
67. *Моль А.* Теория информации и эстетическое восприятие / Пер. с франц. – М.: Мир, 1966. – 351 с.
68. *Черкашина Л.* Людина та мистецтво в техносфері: проблеми масової культури в світі й в Україні//Українська художня культура. – К., 1996. – С.332-353.
69. *Обертинська А.* Художня мова спілкування у масовій культурі//Вісник ДАКККиМ. – 1999. - №2. – С.13-18.
70. *Юдкін-Ріпун І.М.* Цілісність культури в умовах трансформації українського суспільства//Культурна політика в Україні в контексті світових трансформаційних процесів: 36. ст. за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції. – К.: УЦКД, 2001. – С.133-136.
71. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. – СПб.: ТОО ТК “Петрополис”, 1998. – 432 с.
72. *Лалл Дж.* Мас-медіа, комунікація, культура: Глобальний підхід. Пер. з англ. – К., “К.І.С.”, 2002. – 264 с.
73. *Marcuse H. Eros and Civilization.* London, 1956.
74. *Забзалюк Д.* Виникнення субкультур («групових норм») як вияв невирішених проблем сьогодення//Культурна політика в Україні в контексті світових трансформаційних процесів: 36. ст. за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції. – К.: УЦКД, 2001. – С.308-310.
75. *Лотман Ю.* Культура//Словарь терминологии тартуско-московской семиотической школы: Сост. Я.Левченко. Под рук. И.Чернова. Режим доступа: [www.diction.chat.ru](http://www.diction.chat.ru)
76. *Соссюр Ф.* Труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1977. – 695 с.
77. *Pierce J.R. Symbols, signals and noise.* N.Y., 1961.
78. *Лосев А.* Знак. Символ. Миф. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 480 с.
79. *Костенко Н.В.* Ценности и символы в массовой коммуникации. - К.: Наукова думка, 1993. – 130 с.
80. *Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика. Пер. с франц. – М., 1989. – 616 с.
81. *Лосев А.* Философия. Мифология. Культура. – М.: Политиздат, 1991. – 525 с.
82. *Thompson, J.B. (1990). Ideology and Modern Culture.* Cambridge, UK: Polity Press.
83. *Гумбольдт В. фон.* Избранные труды по языкознанию. – М., 1984.
84. *Радченко О.* Язык как мироздание. Лингвофилософская концепция неогумбольдтианства. Ч.1. – М., 1997.
85. *Потебня А.* Мысль и язык. – К.: СИТНТО, 1993. – 191 с.
86. *Соссюр Ф.* Труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1977. – 695 с.
87. *Лотман Ю.* Феномен культуры//Избранные статьи в 3-х томах. – Т.1. Статьи по семиотике и типологии культуры. – Таллинн: «Александра», 1992. – С.34-45.
88. *Есперсен О.* Философия грамматики/Пер. с англ. В.В.Пассека, С.П.Сафроновой. – М., 1958.
89. *Теньер Л.* Основы структурного синтаксиса. – М., 1988.
90. *Гумбольдт В. фон.* Избранные труды по языкознанию. – М., 1984.
91. *Матезиус В.* О потенциальности языковых явлений// Пражский лингвистический кружок. – М., 1967. – С.42-69.
92. *Матезиус В.* О так называемом актуальном членении предложения/ Пражский лингвистический кружок. – М., 1967. – С.70-85.
93. *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна/Н.А.Шматко (пер. с фр.) – СПб: Алетейя, 1998. – 160 с.

94. *Лотман Ю.* Текст у тексті// Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ століття/За ред. М.Зубрицької. – Львів: Літопис, 1996. – С.428-441.
95. *Лотман Ю.* Семиотика культури и понятие текста// Избр. статьи в 3-х томах. – Т.1: Статьи по семиотике и типологии культуры. – Таллинн: «Александра», 1992. – С.129-132.
96. *Арнольд И.В.* Стилистика современного английского языка. – М.: Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.
97. *Гаспаров Б.М.* Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М.: Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.
98. *Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров//Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – С.250-296.
99. *Якобсон Р.* Избранные работы. – М.: Прогресс, 1985. – 455 с.
100. *Лотман Ю.* Текст как семиотическая проблема/Семиотика культуры и понятие текста// Избр. Статьи в 3-х томах. – Т.1. Статьи по семиотике и типологии культуры. – Таллинн: „Александра”, 1992. – С.129-132.
101. *Бахтин М.* К методологии гуманитарных наук//Эстетика словесного творчества. – М.:Искусство, 1986. – С.381-393.
102. *Костенко Н.В.* Ценности и символы в массовой коммуникации. - К.: Наукова думка, 1993. – 130 с.
103. *Ricoeur P.* The Model of the Text: Meaningful Action Considered as a Text//Social Research, spring/summer, 1984. 50th Anniversary (Reprinted from Social Research. – Vol.38. – N3 (autumn 1971).
104. *Ямпольский М.* Память Тиресия. – М.: РИК «Культура», 1993. – 464 с.
105. *Косиков Г.* Идеология. Коннотация. Текст//Барт Р. S/Z: Пер с фр. – М.: РИК «Культура», 1994. – С.277-302.
106. *Барт Р.* От произведения к тексту//Избр. работы: Семиотика: Поэтика. Пер. с франц. – М., 1989. – 616 с.
107. *Жолковский А.К.* Блуждающие сны и другие работы. – М.: Наука, Издательская группа «Восточная литература», 1994. – 428 с.
108. *Урманова А.* Умберто Эко: парадоксы интерпретации. – Минск: «Пропагеи», 2000. – 200 с.
109. *Eco U.* “Intentio Lectoris: The State of the Art”, in The limits of interpretation. - Indiana University Press, 1990.
110. *Шевчук С.* Підзвітність і прозорість дій уряду//Голос України. – 8 червня 2005 р. - №104 (3604). – С.7.
111. Современная западная теоретическая социология. Реф. Сборник. Вип.1. Ю.Хабермас. – М.: ИНИОН, 1992.
112. *Луман Н.* Власть/Пер. с нем. А.Антоновского. - М.:Праксис, 2001. – 256 с.
113. *Луман Н.* Что такое коммуникация/ Пер. С нем. Д.В.Озирченко// Социологический журнал. – 1995. - №3. – С.
114. *Винер Н.* Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. – М., 1968. – 235 с.
115. *Хабермас Ю.* Демократия. Разум. Нравственность: Московские лекции и интервью. – М., 1995. – 250 с.
116. *Підлуська І.* Політична комунікація: український досвід. Режим доступу: <http://www.ucirg.kiev.ua/modules.php>
117. *Сундаков А.* Реформи системи державного управління в Україні: на шляху трансформації/ Укр. Переклад Т.Діхтар. – К., 2001. – 56 с.
118. *Блэк С.* Паблік рилейшнз. Что это такое? – М.: Новости, 1990. – 237 с.
119. *Мельникова К.Т., Рязанова С.С.* “Паблік рилейшнз” як функція управління в органах державної влади//Актуальні проблеми державного управління. – Харків, 1998. – С.42.
120. *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. – М.: “Рефл-бук”, “: “Ваклер” – 2001. – 656 с.
121. Конвенция о доступе к информации, участия общественности в процессе принятия реше-

ний и доступе к правосудию по вопросам, касающимся окружающей среды, Орхус (Дания), 23-25 июня 1998 г. Режим доступа: <http://www.unesco.org/env/pp/documents/cep43r.pdf>

122. *Martin-Barbaro, J.* Communication, Culture and Hegemony. Newbury Park, CA: Sage, 1993.
123. *McLuhan, M.* and Fiore, Q. The Medium is the Message. - New York: Bantam, 1967.
124. Effective communications between the public service and the media. Sigma Papers: No.9 - Paris: OECD, 1996.
125. *Sterne P., Zagon S.* Public Consultation Guide. – CCMD, Management practices N19, 1997.
126. *Ібрагімова І.* Основи забезпечення діалогу влади з громадськістю: світовий досвід та законодавство України. – К.:ПРООН, 2003. – 58 с.
127. Handbook on information, consultation and public participation in policy making. “Citizens as partners”. Drafted by Marc Gramberger. – OESD, 2001.
128. *Полуйко В.* Через участь – до розвитку // Пліч-о-пліч: Інформаційний бюлетень Представництва Світового Банку в Україні для НУО. – 2003. - №5. – С.3.
129. Участь громадськості: Посібник/За ред. Д.Г.Холдар та О.Захарченко. – К., 2002. – 149 с.
130. *Боржелли Н., Брайт В.* Общественные советы как механизм консультаций государства с общественностью//Громадські ради як інструмент впливу на формування державної політики. – К., 2003. – С.24-29.
131. *Кін Джон.* Громадянське суспільство. Старі образи, нове бачення/ Пер. з англ. О.Грищенко; Літ. ред. О.Грищенко. – К.: К.І.С., 2000. – 192 с.
132. *Борев В., Коваленко А.* Культура и массовая коммуникация. - М.: Наука, 1986. - 303 с.
133. Українські прислів'я та приказки/Упорядник - М.Пазяк. - К.: „Дніпро”, 1976. – 215 с.
134. *Грушевський М.* Історія України//Упорядник А.Ф.Трубайчук. - 2-е вид.стер. - К.:Львів, 1992. - 228 с.
135. Історія української культури/За загал. ред. І.Крип'якевича. – 4-е вид., стереотип. – К.:Львів, 2002. – 656 с.
136. *Безклубенко С.Д.* Теорія культури: Учбовий посібник. - К.: Наука-Сервіс, 2002. – 324 с.
137. *Скурятівський В.* Берегиня: Художні оповіді, новели. - К.: «Радянський письменник», 1987. - 279 с.
138. *Толстая С.* Символика девственности в полесском свадебном обряде//Секс и эротика в русской традиционной культуре. - М., 1996. - С.195-197.
139. *Гром О.* Еротична символіка в контексті весільного обряду Західного Полісся//Полісся: етнікос, традиції, культура. - Луцьк: Вежа, 1997. - С.181-187.
140. *Тримбач С.* Еротика і українське буття//Нариси української популярної культури. - К.:УЦКД, 1998. - С.115-126.
141. *Пономар Л.* Народний одяг як код родооводу//Українська родина: звичаї, традиції, обряди. Збірник наукових матеріалів. - Луцьк, 1998. - С.10-11.
142. Історія українського козацтва: Нариси: У 2 т./В.А.Смолій (відп.ред): НАН України. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2000. Т.1 – 2006. – 800 с.
143. *Охріменко Г.* Символіка архаїчної кераміки Полісся//Полісся: етнікос, традиції, культура. - Луцьк: Вежа, 1997. - С.87-102.
144. *Беленко А.* Символіка української вишивки//Культура та інформаційне суспільство ХХІ століття: Матеріали наукової конференції молодих учених. - Х.:ХДАК, 2003. - С.25-26.
145. *Найден О.* Орнамент українського народного розпису: витоки, традиції, еволюція. – К.: Наукова думка, 1989. – 432 с.
146. *Наливайко Д.* Козацька християнська республіка: Запорізька Січ у західноєвропейських літературних пам'ятках. – К.: Дніпро, 1992. – 495 с.
147. *Гнедич П.* Всемирная история искусств. – М., 1996. – 494 с.
148. Исповедь и Святое Причастие (пояснения). –Издание Свято-Успенской Почаевской Лавры, 2004. – 32 с.
149. Архиепископ Аверкий (Таушев). Руководство по гомилетике. Режим доступа: <http://www.klikovo.ru/db/book/mng/875>



150. *Калина Н.Ф., Черный Е.В., Шоркин А.Д.* Лики ментальности и поле политики. Режим доступу: <http://politicon.iatp.org.ua/Library/kalina/kalina28.htm>

151. *Топоров В.Н.* Пространство и текст//Из работ Московского семиотического крута. – М.: Языки русской культуры, 1997. – С.455-515.

152. Семиотика/Ред. Ю.С.Степанов. – М.:Радуга, 1983. – 636 с.

153. *Paivio A.* Imagery and verbal processes. – New York: Holt & Rinehart, 1971.

154. *Anderson J., Bugelski B.R.* Words and things and images//American psychologist. – 25. – P.1002 - 1012.

155. *Bower G.H.* Human associative memory. – Washington: DC Winston, 1973.

156. *Степанов Ю. С.* Основы общего языкознания. – М.: Просвещение, 1975. – 272 с.

157. *Гравовський С.* Самоорганізація нації в епоху глобальної кризи// Генеза. - 1994. - №1. - С. 27-34.

158. Ціннісні орієнтації: Аналіз соціально-філософських концепцій Заходу 80-90-х років: 36 ст. – К., 1995. – 208 с.

159. *Гордієнко А.* Методологічні проблеми осмислення буття людини в західно-європейських філософських концепціях другої половини ХХ ст.// Філософська та соціологічна думка. - 1995. - №5-6. - С.244 - 248.

160. *Бакиров В.* Социальное познание на пороге постиндустриального мира//Общественные науки и современность. – 1993. - №1. – С.68-77.

161. *Войтович С.О.* Світ соціальних відносин в українській культурі: Історико-соціальне дослідження / НАН України. Інститут соціології. – К., 1994. – 145с.

162. *Кульчицкий А.* Мировосприятие украинца. – К., 1992.

163. *Білодід Ю.* Гуманістична філософська традиція. Український акцент// Віче. - 1995. - №9. - С. 104-105.

164. *Полунесев Ю., Загоруйко Ю.* Культурний шок у посткомуністичних суспільствах у період ринкової трансформації //Сучасність. – 1994. - №10. – С.78-91.

165. *Бичко А., Бичко І.* Феномен української інтелігенції (спроба екзистенціального аналізу) // Слово і час. - 1995. - №11-12. - С. 44-45.

166. *Кравченко І.* Культура як національна мета//Віче. – 1995. - №2. – С.131-143.

167. *Супруненко В.* Народини. Витоки нації: символи, вірування, звичаї та побут українців. – Запоріжжя: МП Березиня, 1993. – 136 с.

168. *Чижевський Ю.* Нариси з історії філософії на Україні. – К.: «Оріїв», 1992. – 230 с.

169. *Білецький П.* “А ти, всевидящее око...”//Віче. - 1994. - №1. - С.49-57.

170. *Грушевський М.* Хто такі українці і чого вони хочуть. – К.: Т-во Знання України, 1991. – 240 с.

171. *Смук Т.* Ментальність українців як відображення духовного світу людини та соціальної спільності. Режим доступу: <http://www.socwd.uzhgorod.ua/articles/38.htm>

172. *Баронин А.С.* Этническая психология: Учебное пособие. – К.: ПК ООО «Тандем», 2000. – 264 с.

173. Конституція України. – К.: Преса України, 1997. – 80 с.

174. Закон України „Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації” //Голос України. – 17 жовтня 1997 року. - №196.

175. Закон України “Про інформацію” //Відомості Верховної Ради України. – 1992. - №48. – Ст. 650.

176. Закон України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” //Відомості Верховної Ради України. – 1993. - №1. – Ст.1.

177. Закон України «Про звернення громадян» // Відомості Верховної Ради України. – 1996. - №47. – Ст.256.

178. Закон України “Про телебачення і радіомовлення” //Відомості Верховної Ради України. – 1994. - №10. – Ст.43.

179. Закон України “Про інформаційні агентства” //Відомості Верховної Ради України. – 1995. - №13. – Ст.83.
180. Закон України “Про рекламу” //Відомості Верховної Ради України. – 1996. - №39. – Ст.181.
181. Закон України “Про видавничу справу” //Відомості Верховної Ради України. – 1997. - №32. – Ст.206.
182. Закон України “Про державну підтримку засобів масової інформації і соціальний захист журналістів” //Голос України. – 14 листопада 1997 року. - №214.
183. Закон України “Про Національну програму інформатизації” //Відомості Верховної Ради України. – 1998. - №27-28. – Ст.181.
184. Закон України «Про телекомунікації» //Голос України. – 23 грудня 2003 року. - №244 (3244). – С.9-15.
185. Закон України „Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки”//Голос України. – 6 лютого 2007 року. – №21.
186. Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України»//Відомості Верховної Ради України від 01.12.1997 р. - №45, ст.284.
187. Розпорядження Президента України “Про координацію роботи прес-служб та інформаційно-аналітичних підрозділів органів державної влади” від 23.11.95 р. №419/95 рп //Україна: інформація і свобода слова: Зб. законод. актів, нормат. док. та статей фахівців. – К.: Молодь, 1997. – С.524.
188. Указ Президента України „Про рішення РНБО від 17 червня 1997 р. „Про невідкладні заходи щодо впорядкування системи здійснення державної інформаційної політики та удосконалення державного регулювання інформаційних відносин” від 21 липня 1997 р. №663. Режим доступу: [http://www.lawersukraine.com/i\\_up2.htm](http://www.lawersukraine.com/i_up2.htm)
189. Указ Президента України „Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні” від 9 грудня 2000 р. №1323/2000 //Урядовий кур’єр. – 12 грудня 2001 року. - №231. – С.6.
190. Указ Президента України „Про підготовку пропозицій щодо забезпечення гласності та відкритості діяльності органів державної влади” від 17.05.2001 р. №325/2001 //Урядовий кур’єр. – 22 травня 2001 року. - №88.
191. Постанова Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний уряд» від 24 лютого 2003 року №208. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
192. Указ Президента України „Про забезпечення умов для більш широкій участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики” від 31.07.2004 р. №854/2004. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
193. Постанова Кабінету Міністрів України „Деякі питання щодо забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики” від 15.10.2004 р. №1378. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
194. Указ Президента України “Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики “ від 15 вересня 2005 року №1276/2005. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
195. Указ Президента України “Про першочергові завдання щодо впровадження новітніх інформаційних технологій” від 20 жовтня 2005 року №1497/2005. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/3398.html>
196. Указ Президента України “Про Національну комісію з утвердження свободи слова та розвитку інформаційної галузі” від 6 червня 2006 року №493/2006. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/4529.html>
197. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції сприяння органами виконавчої влади розвитку громадянського суспільства» від 21 листопада 2007 року №1035-р. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

198. Указ Президента України “Про першочергові заходи щодо забезпечення реалізації та гарантування конституційного права на звернення до органів державної влади та органів місцевого самоврядування” від 7 лютого 2008 року №109/2008. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/7417.html>
199. Указ Президента України «Про заходи щодо створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України» від 21 лютого 2008 року №148/2008. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/7488.html>
200. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 21 березня 2008 року «Про невідкладні заходи щодо забезпечення інформаційної безпеки України» від 23 квітня 2008 року №377/2008. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/7773.html>
201. Указ Президента України «Про деякі невідкладні заходи щодо підтримки культури і духовності в Україні» від 12 січня 2009 року №6/2009. Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/8819.html>
202. Hardt, Hanno. *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*. New York: Routledge, 1992.
203. Лях В. Постіндустріальне суспільство як нова парадигма соціального розвитку: проблеми і перспективи//Тезеза. – 1994. - №1. – С.61-79.
204. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: Підручник. – К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.
205. Центр Разумкова, 2000/ Голов. Ред. Л.Шангіна. – К.:Заповіт, 2001. – 506 с.
206. *Cultural Policy: a Preliminary Study*. – Paris, UNESCO, 1969.
207. Указ Президента України “Про оголошення 2003 року Роком культури в Україні” від 19.02.2002 №153. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
208. Культура позбулась залишкового принципу фінансування// Урядовий кур’єр. – 26 лютого 2004 року. - №37. – С.6.
209. Аналіз українського законодавства, що впливає на розвиток третього сектору: Доп. підгот. для Світового Банку Міжнар. Центром Некомерц. Права/Н.Боржеллі, А.Ткачук. – К.: «Леста», 2002. – 116 с.
210. *Культура в законі: Стан та проблеми правового регулювання культури в Україні*. За ред. О.Гриценка. – К.: УЦКД, 1998. – 104 с.
211. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Положення про державне повідчення на право розповсюдження і демонстрування фільмів” від 17.08.1998 №1315-п// Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
212. *Українська культура та реалізація державної політики в культурній сфері: Аналітичний звіт Міністерства культури і туризму за 2005 рік*. – К.: ДАКККиМ, 2006. – 134 с.
213. Самсоненко Л. Суспільство і держава: шлях до порозуміння і співпраці//Урядовий кур’єр. – 14 серпня 2004 р. - №153. – С.5.

*Наукове видання*  
БЕРЕГОВА Олена Миколаївна  
**Культура та комунікація:  
дискурси культуротворення в Україні в XXI столітті**

Завідуюча редакційно-видавничим відділом  
*Загоскіна Н. Ю.*  
Редактор  
*Зінченко О.І.*

Дизайн обкладинки,  
технічне редагування, макетування,  
комп'ютерна верстка  
*Шалінського І. П.*

Підписано до друку 17.11.09. Формат 60х90/16.

Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 11.

Обл.-вид. арк. 12,5. Тираж 500 прим. Зам.10/11/09-4

Інститут культурології Академії мистецтв України  
Свідоцтво про внесення до Держреєстру ДК № 3329 від 09.12.08  
б-р Т. Шевченка, 50-52, к. 710, Київ, 01032  
[www.ikr.kiev.ua](http://www.ikr.kiev.ua)

Друк ПП «Фірма «Гранмна»  
04073, м. Київ, пр-т Повітрофлотський, 94а, тел. +38044 2064610

***Summary***

In the offered monograph of O. Beregova „Culture and Communication: Discourses of Culture Creation in Ukraine of the XXIst Century”, that is the first in modern Ukrainian culturology experience of scientific comprehension of problem of communication, the wide panorama of the philosophical and aesthetical thoughts about the phenomenon of communication in society and culture is exposed, comparative analysis of the most powerful conceptions and theories of cultural communication is given. A monographer realizes a culture as multilevel social and cultural system in which the different types of communication connections operate simultaneously.

Research of Ukrainian culture with complex of its organizationally-administrative, scientifically-educational and creative institutions, supervision of communication processes in this sphere in historic and evolution projection of scientifically grounds not only development of cultural and art trends in Ukraine but also general ways of culture development in the XXI century. According to the researches of O.Beregova priority directions of culture creation in the nearest future include overcoming of communication systems' deformation in the social and cultural system «state - public» through introduction of a new, bilateral model of communication in this system. Realization of this super task in a practical plane lies through development of NSOs' network (Non State Organizations or so-called «the third sector»), search of effective mechanisms of feed-back in public communication, increase of political culture of citizens, preparation of specialists of the proper type, study and use of world experience in the field of public relations and others. The author in the first time offers a parallel between modern western technologies of public relations and local historical traditions of Christian preacher, research and revival of which can help to form an atmosphere of mutual respect and tolerance, to achieve civil rest and consent in society. All this, in opinion of the author, will allow to create in Ukraine such state control system which would provide transparent and dialog character of public relations, purposeful forming of public opinion, stimulation of civil activity, increase of authority and trust to public authorities. Only such system of social and cultural relations will make Ukraine closer to the standards of the democratic civilized lawful state.









Б 331504

**Берегова Олена Миколаївна** – доктор мистецтвознавства, в.о. професора кафедри історії української музики Національної музичної академії України імені П.І.Чайковського, музикознавець, викладач, публіцист.

У 2000 році захистила дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства на тему: «Тенденції постмодернізму у камерних творах українських композиторів 80-90-х років ХХ століття». Від 2002 року веде науково-педагогічну діяльність на кафедрі історії української музики НМАУ імені П.І.Чайковського, читає авторські курси з історії української музики, музики країн Східної Європи та української діаспори ХХ-ХХІ століття, сучасних комунікаційних технологій. Від 2004 року обіймає посаду проректора Національної музичної академії України імені П.І.Чайковського з творчих питань та міжнародних зв'язків. У 2007 році захистила докторську дисертацію «Комунікаційні аспекти сучасного розвитку музичної культури України».

Автор монографій «Постмодернізм в українській камерній музиці 80-90-х років ХХ століття» (1999), «Комунікація в соціокультурному просторі України: технологія чи творчість?» (2006), навчального посібника «Сучасні комунікаційні технології в культурі України» (2006).

В авторському доробку О.М.Берегової – близько 50 наукових статей з актуальних проблем українського музикознавства та культурології. О.М.Берегова – активний учасник наукових конференцій і симпозіумів в Україні та за кордоном (Росія, Польща, Австрія, Канада, США). Дослідниця публікує статті в провідних вітчизняних газетах і журналах, співпрацює з Національною радіокомпанією України.

О.М.Берегова – член Національної спілки композиторів України.

*Ng*