

## РОЗДІЛ 5 АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ

УДК 378.4/.6:316.77:004

### ОСВІТНЬО-КОМУНІКАЦІЙНІ СКЛАДНИКИ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Коваленко В.П., старший викладач кафедри іноземних мов  
Донбаський державний педагогічний університет

У статті проаналізовано ступінь дослідження проблеми комунікації, з'ясовано існуючу термінологічну семантику комунікацій, комунікаційного середовища, визначено його освітньо-педагогічні складники, характерні для ВНЗ.

**Ключові слова:** *теорії комунікацій, комунікативне середовище, комунікаційний простір, освітньо-педагогічне середовище ВНЗ, інформаційно-комунікаційні технології, агенти комунікації, комунікаційні канали.*

В статье проанализировано степень изученности проблемы коммуникации, определено терминологическую семантику «коммуникационное пространство», аспекты образовательной среды, образовательно-педагогические составляющие, характерные высшему учебному заведению.

**Ключевые слова:** *теории коммуникаций, коммуникационное пространство, образовательная среда ВУЗ, информационно-коммуникативные технологии, агенты коммуникации, коммуникационные каналы.*

Kovalenko V.P. EDUCATION PEDAGOGICAL CONSTITUENTS OF COMMUNICATIVE SPACE WITHIN HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENT

The article studies the stage of the research on the issue of communication, investigates the terminological semantics of “communicative space”, educational environment, determines its education pedagogical constituents.

**Key words:** *communication theories, communicative space, education environment of higher educational establishment, information communicative technologies, communication agents, communication channels.*

**Постановка проблеми** в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими завданнями. Передумовою становлення, розвитку та функціонування всіх соціальних систем, що забезпечує зв'язок між людьми та різними спільнотами, налагоджує зв'язок між поколіннями для передачі набутого життєвого досвіду, сприяє спільній взаємодії всіх членів суспільства, є *комунікативний процес*. Соціальні комунікації формують особливий комунікаційний простір для передачі інформації, постають її об'єктом у просторі й часі.

Найрізноманітніші структурні моделі комунікації були запропоновані вченими, які розробляли проблематику теорії комунікації. Можна також визначити значні розбіжності в термінологічному тлумаченні базових понять, різне виокремлювання як елементів комунікації, так і зв'язок між ними.

**Аналіз останніх досліджень** і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми. У різний час і з різних точок зору розглядалась проблема соціальних комунікацій у суспільному інформаційному просторі, зокрема у ВНЗ, розробниками теорії комунікації були: В. Ільганаєва, І. Мельник, Н. Моїсєєва, Г. Почепцов, В. Різун, А. Соколов, О. Холод, Ф. Шарков, В. Шейко. Значний доробок теоретичного осмислення означеної проблеми комунікації належить науковцям Харківської державної академії культури: І. Давидовій, В. Ільганаєвій, Н. Кушнаренко, В. Шейко.

Виокремлення **невизначених раніше частин** загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. У науковій праці «Пер-

спективи розвитку соціальних комунікацій нової наукової галузі» автори (В. Шейко та Н. Кушнаренко) підкреслюють, що узагальнювальне поняття «соціальні комунікації» є багатозначними, мають різні тлумачення, відсутні в більшості авторитетних енциклопедіях та довідниках» [1, с. 3–8].

Невирішеною проблемою теорії комунікації, як уважає Г. Почепцов, є вдосконалення обробки інформації з огляду на її пріоритетне значення для соціалізації особистості. Таке поліпшення можливе лише за умов пристосування інститутів інформації, насамперед ВНЗ, до сучасних викликів науково-технічного прогресу [2 с. !9-26].

Формулювання **цілей** статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз ступеня вивченості проблеми комунікації як основного структурного елементу освітньо-комунікаційного простору ВНЗ.

Із огляду на визначену мету необхідним є розв'язання таких **завдань**:

- проаналізувати наукові джерела з означеної проблеми;
- дослідити термінологічну семантику поняття «комунікація» в різних його інтерпретаціях;
- визначити складові комунікаційного простору (КП) з огляду на його освітньо-педагогічні особливості у ВНЗ.

**Виклад основного матеріалу.** Розбіжності в тлумаченні терміна «комунікації» відбивають різні погляди на окремі аспекти теорії комунікацій, що призвело до науково-теоретичного непорозуміння й термінологічної плутанини. Вирішення розв'язання проблеми ко-

ректної дефініції являє собою першочергове завдання.

Вагомий внесок у розвиток теорії соціальних комунікацій як наукової галузі належить О. Соколову. У теоретичному доробку стосовно визначення «комунікації» він вважає її опосередкованою, доцільною взаємодією двох суб'єктів, що може реалізуватися у формі переміщення матеріальних об'єктів, шляхом обміну свідомими повідомленнями, генетичним успадкуванням «біологічних образів». Захопившись етно-антропологічною гіпотезою К. Леві-Стросса, учений виділяє три рівні та відповідну типологію комунікації: просторову, змістову, генетичну [3].

Деякі дослідники розглядають визначення комунікації як сукупності кількох аспектів теорії. Зокрема, О. Холод пропонує таке тлумачення комунікації: «...галузь знань, що вивчає організаційно впорядковану систему документів, їхні масиви, продукти засобів масової інформації та інформаційні технології, що забезпечують реалізацію інформаційних процесів і намірів при безпосередній участі членів комунікаційного процесу» [4, с. 35].

Натомість учений В. Різун висловлює застереження, стосовно того, що «...комунікації є соціально маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей». Крім того, слід ураховувати, що хоча «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але як і будь-які технічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільно комунікаційної справи» [5, с. 7].

Автори праці «Перспективи розвитку соціальних комунікацій нової наукової галузі» В. Шейко та Н. Кушнарєнко виводять найбільш узагальнене теоретичне визначення поняття соціальної комунікації – обмін інформацією в суспільстві. Як різновид комунікації, соціальна комунікація розглядається у двох аспектах: перший – соціальна комунікація має справу з інформацією, створеною для поширення її у суспільстві; другий аспект – різниця між «соціальною комунікацією» та «соціальною інформацією» полягає у відмінності процесів передачі інформації та її змістом [1, с. 3–8].

Зауважимо, що В. Різун, В. Ільганаєва й М. Холод розмежовують за лексичним значенням терміни «соціальна комунікація» (СК) (однина), будучи феноменальним проявом об'єкта теорії соціальних комунікацій, є нічим іншим, як «цілеспрямований обмін соціаль-

но значущою для її учасників інформацією та знаннями. Сама ж інформація «ґрунтується на програмованій комунікативній дії», і хоча «СК – частковий випадок соціальної взаємодії», при цьому «СК – діяльність людей, що зумовлена цілою низкою соціально значущих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві» [6, с. 296–297].

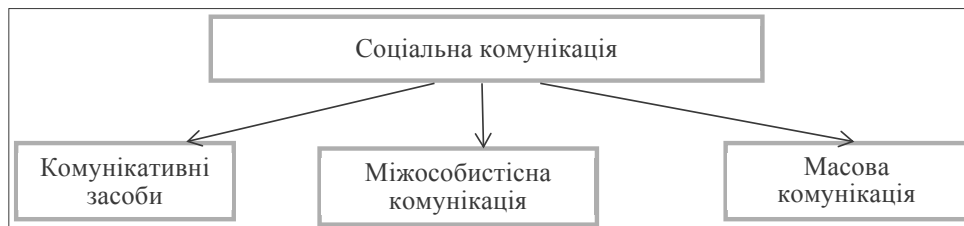
Учений Ф. Шарков зазначає, що шляхом вивчення соціальної комунікації (однина) можна вважати дослідження різних напрямків, наукових шкіл, теорій, які об'єднані в групи комунікації, що базуються на соціальній, мовній, суто комунікаційній основі [7, с. 35].

Сам термін «соціальна комунікація» застосовується в трьох контекстуальних підходах. *Перший підхід* націлений на вивчення «комунікативних засобів із метою їхнього використання для реалізації соціальних комунікацій». *Другий підхід* ґрунтується навколо проблеми міжособистісної комунікації. *Третій підхід* стосується проблеми впливу масової комунікації на розвиток суспільних відносин. Ці підходи до вивчення соціальної комунікації можна відобразити в схемі:

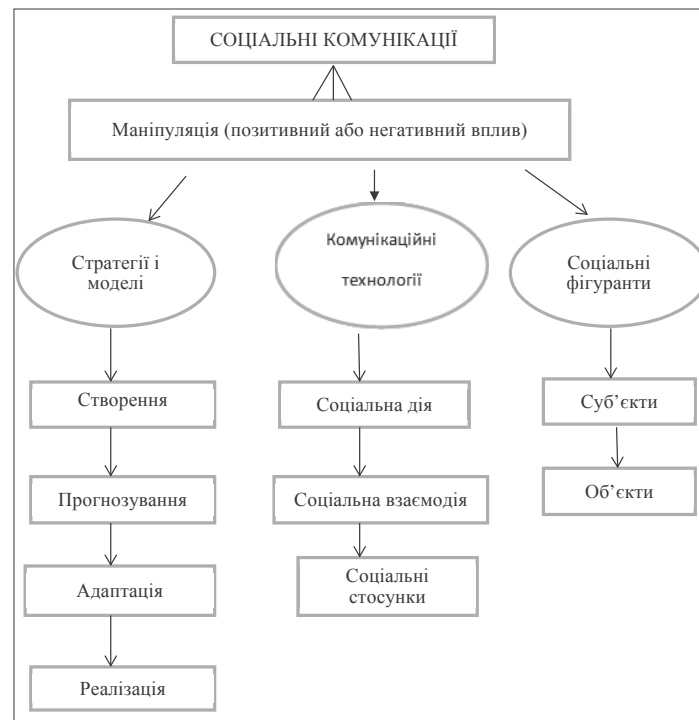
Тлумачення цього терміна у сфері функціонування соціальних комунікацій є прийнятним у такому трактуванні: *соціально-комунікативний інжиніринг* – це створення, прогнозування, адаптація та реалізація комунікаційних технологій, стратегій у моделі соціальної дії, взаємодії та стосунків між соціальними фігурантами (суб'єктами й об'єктами) з метою здійснення маніпуляції (позитивного або негативного впливу). Схему вивчення соціальних комунікацій із позиції соціально-комунікаційного інжинірингу відбито графічно:

Ураховуючи вищезазначене, можна дійти висновку, що науковці суттєво не досягли принципових розбіжностей у базових характеристиках комунікаційного процесу. Окрім того, є всі підстави вважати, що сформувався стійке уявлення про основні поняття й терміни, які застосовуються щодо аналізу комунікаційних явищ та його структурних компонентів: комунікаційні акти, комуніканти (відправники та одержувачі інформації, співбесідники, які інтерпретують інформацію).

У монографії стосовно дослідження теоретичних базисних понять комунікаційного процесу Н. Моїсеєва зазначає, що до «комунікантів належать як індивіди, так і громадські інститути (уряди, партії, фірми тощо). У випадку з громадськими інститутами ми маємо справу з певною абстракцією, адже



Підходи до вивчення соціальної комунікації  
(за Ф. Шарковим, [7])



**Вивчення соціальних комунікацій із позицій соціально-комунікаційного інжинірингу (за О. Холодом [9])**

кінцевим відправником й одержувачем завжди є індивід. Водночас у суспільних сферах, таких, як юриспруденція, політика, бізнес, освіта та інше, досить часто відповідальним відправником визначається колегіальний або інституціоналізований відправник [1, с. 43]».

Сфера освіти в сучасних умовах виявляє себе як найбільш динамічна соціальна підсистема, що відтворює моделі соціальної комунікації. За В. Ільганасовою, «сфера соціальної практики інтерпретує інформацію в соціально-комунікативних структурах [6, с. 309]».

Галузь освіти активно реагує на соціально-комунікаційні трансформації, значення яких посилюють інформатизація, диференціація освіти появою ринку освітніх послуг, виникненням потреби в «промоушені» та «паблік рілейшен» освітніх закладів.

В умовах модернізації та зростання значущості інформаційних технологій, інновацій комунікаційних каналів кардинально змінюється уявлення про сучасні суб'єкти освітньої сфери. Сучасний вищий навчальний заклад (ВНЗ) виступає базовим інститутом для створення принципово нових моделей комунікації. В умовах активізації інформаційного потоку метою діяльності ВНЗ стає не тільки акумуляція, продукування, збереження та розповсюдження певної суми знань, а й забезпечення різних форм доступу до них незалежно від локації користувача. Отже, можна стверджувати, що ВНЗ перебуває на етапі інтенсивного формування нового інформаційно-освітнього середовища, де пріоритетними є процеси обміну інформації з використанням інформаційно-комп'ютерних технологій (ІКТ).

Тривалий час домінувала найбільш поширена лінійна модель комунікації, запропонована американським вченим Г. Д. Лассуелом у 1948 році. Вона вписується у низку питань: хто повідомляє – що повідомляє – по якому каналу – кому – із яким ефектом. Така структурована формула є класичною й базовою для дослідження комунікації в аспекті її агентів: комунікатора, змісту, засобів комунікації, аудиторії, ефекту впливу. Процес комунікації розглядається як прямий безпосередній вплив повідомлень комунікатора на реципієнта, який виступає лише об'єктом впливу, що реагує на сприйняту інформацію. Наступним етапом еволюції теорії комунікацій була розробка інтеракціоністської моделі, автором якої став Т. Ньюкомб у 1953 р. У зазначеній моделі агенти комунікації – рівноправні суб'єкти, які взаємодіють у спільних очікуваннях й установах, поєднані спільністю інтересів стосовно предмету спілкування.

Комунікаційні моделі мають обов'язково прораховувати та прогнозувати інформативний компонент, наявність зворотнього зв'язку з користувачем, специфіку різних груп користувачів або установ, наприклад, у ВНЗ.

Розвиток на сучасному етапі діяльнісного підходу до вивчення комунікації свідчить про включення в цей процес суттєвого соціального наповнення. Особлива увага приділяється аспектам процесу комунікації:

- існуюча вірогідність наявності комунікаційних бар'єрів у процесі спілкування, обміну й передачі інформації;
- зростаюча активність реципієнта в комунікаційному процесі;
- суспільна обумовленість як змістової складової, так і трансформації форми процесу.

Усі складові комунікаційної системи обслуговують виключно всі сфери суспільного життя. Така система складається з цілої низки спеціально організованих соціальних інститутів: науково-інформаційного, редакційно-видавничого, бібліографічного, освітнього тощо. Відповідно сформовані структури (соціальні інститути): інформаційні центри, редакції газет і журналів, видавництва, бібліотеки, ВНЗ тощо, які виступають джерелами та засобами інформації. Графічно структуру комунікаційного простору зі складниками, визначеними дослідниками В. Ільганаєвою [6, с.233-234] та Н. Моїсеєвою [10, с. 175, 184, 185], можна подано у вигляді схеми:

На основі вищезазначеного можна зробити висновки, що структура феномена комунікаційного середовища освітнього простору містить два основні компоненти: «комунікаційне середовище» й «освітній простір».

Сучасні наукові дослідження тлумачать поняття «освітній простір» як феномен зустрічі та взаємодії людини з оточуючими її елементами – носіями культури (освітнім середовищем), унаслідок чого відбувається їхнє осмислення та пізнання [12, с. 144]:

1. Освітній простір відображає систему соціальних зв'язків та відношень у галузі освіти, характер взаємовідношень суспільства й суспільних інститутів, пов'язаних із задоволенням освітніх потреб суспільства.

2. Освітній простір – структурована система педагогічних факторів, що забезпечують взаємодію, осмислення та пізнання (освоєння) особистістю в процесі її розвитку та становлення спеціально організованого педагогічного середовища.

3. Освітній простір – місце перетинання діяльності всіх учасників освітнього простору,

де забезпечується використання та активізація їхнього творчого потенціалу.

4. Освітній простір завжди має певні особливості залежно від географії.

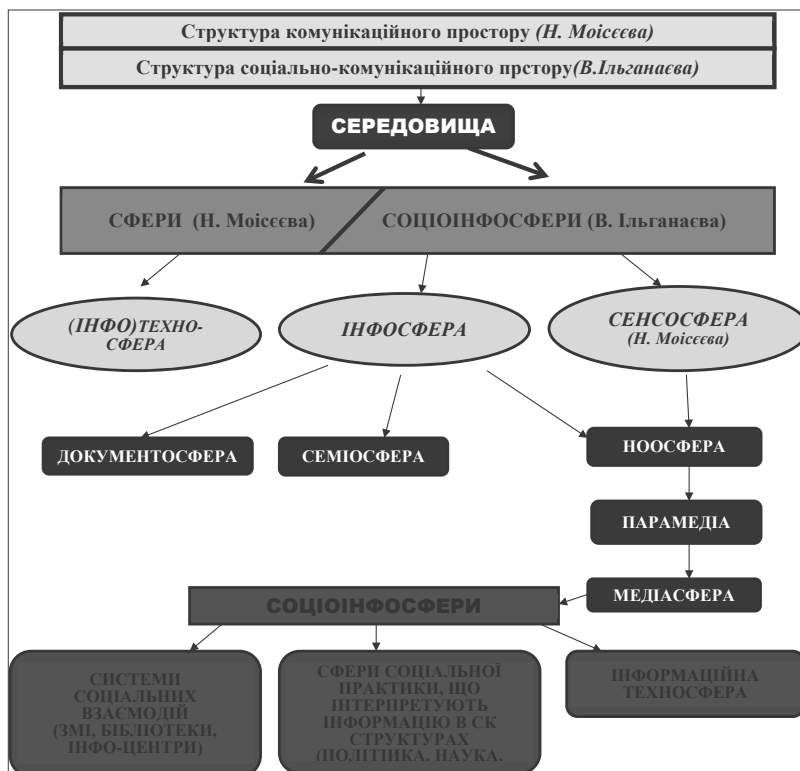
5. Освітній простір характеризується обсягом освітніх послуг, потужністю, інтенсивністю освітньої інформації, освітньою інфраструктурою (якісний і кількісний склад її елементів, їх розміщення в просторі та взаємодія) та функціонує на принципах взаємодії різних освітніх систем, породжених певною культурою) [12, с. 144].

Ще одним із найважливіших аспектів комунікативного простору є система комунікаційних груп, яким притаманні різні функції, статуси, потреби та цінності.

Для ВНЗ *комунікації першого рівня*: викладачі та студенти (процес передачі знань); *комунікації другого рівня*: деканати та студенти, студенти й диспетчерська, викладачі – диспетчерська – деканати (процес організації передачі знань); *комунікації третього рівня*: викладачі – керівництво кафедрами та факультетами – ректорат (визначення змісту й технології освіти); *комунікації четвертого рівня*: ректорат – міністерство – (визначення стратегії розвитку освіти й регулятивних принципів).

Детальне вивчення комунікативного процесу ВНЗ виявляє його функціональні властивості:

- забезпечення процесу передачі та обміну навчальною інформацією;
- наявність матеріального носія, за допомогою якого відбувається процес передачі навчальної інформації в часі й просторі;
- здатність бути каналом збору, формування, розповсюдження інформації в часі й просторі;
- здатність бути засобом і результатом навчальної діяльності;





Модель комунікації «багато до багатьох» [11, с. 237]

- сприяння формуванню нових знань;
- забезпечення й підтримка процесів соціалізації;
- спрямування інформації, що забезпечується використанням ІКТ [11, с. 237].

Таким чином, у комунікаційному просторі ВНЗ функціонують чотири головні суб'єкти зі своїм статусом, інтересами, цінностями – держава, адміністрація ВНЗ, викладачі та студенти. Синтез інформаційної парадигми, активізація інформаційних потоків у поєднанні з іншими інноваційними підходами, дає змогу ВНЗ створити власне інформаційно-освітнє середовище.

Інтеграція процесу стрімкого поширення інформації й нових форм комунікації створює нове соціокультурне середовище, у межах якого здійснюються контакти між різними суб'єктами інформації та комунікації.

Серед основних процесів комунікації вчена І. Мельник виділяє:

- комунікаційний процес навчання та викладання;
- комунікаційні процеси керування ВНЗ;
- комунікаційна діяльність його служб і підрозділів;
- комунікаційні середовища функціонування ВНЗ [12, с. 142].

Ці процеси мають стати стратегічними в комунікаційній політиці університетської освіти. Їхній розвиток повинен ґрунтуватись на таких принципах:

- єдність професійних цілей і завдань усіх учасників науково-освітнього процесу, різних підрозділів, служб незалежно від рівня їхньої інформатизації на цей момент;
- системність – збалансованість процесу інформатизації за напрямками та послідовність здійснюваних заходів;
- модульність – створення інформаційних систем різної складності, автономності та ступеня комп'ютеризації;
- технологічність – реальні економічні можливості університету й відповідність функцій університету та його кадрового потенціалу заявленому рівню інформатизації;
- динамізм – відповідність рівня інформатизації науково-освітнього процесу інформаційним потребам, які швидко змінюються, і технічним можливостям їх задоволення [11, с. 145].

**Висновки й перспективи** подальших розвідок у цьому напрямі. Подальше дослідження комунікаційного простору ВНЗ відкриває подальші перспективи поглибленого вивчення та виявлення факторів і тенденцій розвитку самого ВНЗ. Складний процес комунікації в сучасному ВНЗ виглядає як багатогранний конгломерат, який визначається багатоканальністю та являє собою взаємодію багатьох об'єктивних і суб'єктивних факторів.

У комунікаційному просторі ВНЗ відбувається процес соціалізації особистості, цілі й форми якого окреслюються вимогами й очікуваннями суспільства та моніторяться державою.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Шейко В.М., Кушнарєнко Н.М. Перспективи розвитку соціальних комунікацій як нової наукової галузі. Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільних знань. 2009. М-во культури і туризму України. ХДАК. АМУ. Ін-т культурології. 41. С. 3–8.
2. Почепцов Г.Г. Соціальні і нові комунікативні технології. Комунікація. 2010. № 1. С. 19–26.
3. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. Санкт-Петербург: изд-во Михайлова В.А. 2002. 461 с.
4. Холод О.М. Соціальні комунікації: соціо-та психологічний аналіз: навч. посібник. Львів: ПІАС. 2011. 288 с.
5. Різун В.В. Начерки до методології дослідження соціальних комунікацій. Світ соціальних комунікацій. 2011. Т. 1. С. 7-11.
6. Ильганаева В.А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность). Словарь-справочник. Харьков: Гордская типография. 2009. 392 с.
7. Шарков Ф.И. Истоки парадигмы исследований социальной коммуникации. Социологические исследования. 2001. С. 35.
8. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: учебник. Москва: Перспектива, 2003. 248 с.
9. Холод О.М. Соціально-комунікаційний інжиніринг як методологія дослідження соціальних комунікацій. Світ соціальних комунікацій. 2012. Т.8. С. 7–12.
10. Моїсєєва Н.І. Соціально-комунікаційна діяльність як історико-суспільна практика: монографія. Харків: Федорко, 215. 392 с.
11. Шелестова А.М. Характеристика сучасного інтегрованого інформаційно-комунікаційного простору вищого навчального закладу. Вісник ХДАК. 2013. Випуск 39. С. 235–241.
12. Мельник І.Ю. Комунікаційне середовище в формуванні освітнього простору сучасного університету. seanewdim.com/uploads/3/2/1/3/3213611/melnik\_i\_communication\_environment\_is\_in\_forming\_of\_education\_space\_of\_modern\_university.pdf.