

УДК 167:[007:304:001]

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

Максим Хилько

*Інститут журналістики Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
вул. Мельникова 36/1, Київ, 04119, Україна,
e-mail: khytko@ukr.net*

Окреслено методологічні основи для проведення соціальнокомунікаційних досліджень в Україні. Обґрунтовано, що всебічне та об'єктивне вивчення предметів дослідження в межах наукової галузі соціальні комунікації потребує комплексного підходу до застосування методології, включаючи філософські, загальнонаукові, спеціальні та міждисциплінарні методи. Застосування у соціальнокомунікаційних дослідженнях методів інших наук є виправданим у випадках, коли це необхідно для вивчення тих аспектів предметів чи явищ, які пов'язані із процесами комунікації в контексті соціальної взаємодії. Визначальним принципом при виборі методів досліджень, які проводяться в галузі соціальні комунікації, має бути їх відповідність соціальнокомунікаційній парадигмі, що у визначенні В.Різуна означає інтерпретацію даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, переосмислення явищ з точки зору соціальних комунікацій через включення їх в систему соціальної взаємодії.

Ключові слова: соціальні комунікації, соціальнокомунікаційна парадигма, методологія, філософські методи, загальнонаукові методи, спеціальні методи, міждисциплінарні методи.

Постановка проблеми. Перед українською науковою школою соціальних комунікацій, яка лише перебуває в процесі свого становлення, стоїть нагальна потреба формування власної методології дослідження. Аналіз дисертаційних робіт, захищених в Україні за спеціальностями в галузі соціальні комунікації, а також наукових монографій та статей з даної тематики, свідчить про переважне використання вітчизняними дослідниками методів суміжних із соціальними комунікаціями наук, що не завжди є виправданим. З одного боку, це пояснюється молодістю вітчизняної галузі науки соціальні комунікації і відповідно – нерозробленістю власної методології досліджень, з іншого боку, свідчить про існування наукової проблеми, яка вимагає негайного розв'язання, оскільки тільки вірно визначені методи можуть давати нові достовірні знання, які відповідатимуть поставленій меті та цілям дослідження. Це не значить, що

застосування у соціальнокомунікаційних дослідженнях методів, приміром, соціології чи філології дасть хибні результати, проте постає питання, чи відповідатимуть отримані за допомогою методології інших наук результати заявленій спеціальності дослідження? Чи буде отримання знання перебувати в площині завдань, що стоять перед науковою галуззю соціальні комунікації?

Очевидно, що нова наукова галузь створювалася не для того, щоб в її межах досліджувалися ті ж самі сторони предметів і явищ, які вивчаються або можуть вивчатися в інших науках. Дослідження, що здійснюються в межах спеціальностей, які відносяться до галузі наук соціальні комунікації, повинні давати принципово нове знання, для отримання якого потрібна власна методологія.

Метою дослідження є окреслення методологічних основ для проведення соціальнокомунікаційних досліджень в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми вибору методології вітчизняна наукова галузь соціальні комунікації «успадкували» від журналістикознавчих досліджень, які лише трохи більше десятиліття тому лягли в основу формування української школи масових комунікацій, з якої, в свою чергу, нині «виростає» соціальнокомунікаційна школа. У цьому легко переконатися, якщо прослідкувати історію створення кафедр соціальних комунікацій у вітчизняних вищих навчальних закладах та наукових установах. Стосовно методології вітчизняних журналістикознавчих В.Різун і Т.Скотникова в 2008 р. у праці «Методи наукових досліджень у журналістикознавстві» справедливо відзначали, що «спостерігається певне відставання в застосуванні наукових методів і в статистичному аналізі емпіричних даних. Наслідком цього є сумнівні наукові висновки певного відсотка журналістикознавчих робіт» [10, с.139]. З метою виправлення ситуації, проблематика методології журналістикознавчих досліджень у соціальнокомунікаційному контексті була опрацьована фахівцями Інституту журналістики, що знайшло своє відображення в збірнику наукових праць «Українське журналістикознавство: термінологія, методологія і стандарти» виданому за наукової редакції професора В.Різуна в 2013 р. [13]. Однак, мова в збірнику йде саме про журналістикознавчі дослідження, які нині є однією з семи спеціальностей у галузі науки соціальні комунікації.

Проблематика методології власне соціальнокомунікаційних досліджень піднімається в працях В.Різуна (стаття «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій», 2011 р.) [9], О.Холода (навчальний посібник «Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз», 2011 р.) [14], В.Льганаєвої (словник-довідник «Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность)», 2009 р.) [11]; Н.Моїсєєвої «Методологічні аспекти розвитку дослідження соціальної комунікації» (2012 р.) [5]. У названих працях розкриваються окремі аспекти формування методології соціальнокомунікаційних досліджень, пропонується авторське бачення цієї проблематики. Однак, існує необхідність у систематизації існуючих напрацювань, окресленні загальних методологічних основ для проведення соціальнокомунікаційних досліджень в Україні.

Основні результати дослідження. Термін «метод» має грецьке походження і означає шлях пізнання – сукупність прийомів і операцій

теоретичного або практичного освоєння дійсності. Метод у науці є певною системою принципів, правил, прийомів, які орієнтують суб'єкта пізнання у процесі вивчення предмету дослідження і ведуть його до досягнення поставленого завдання. Методологія як вчення про способи організації і побудови теоретичної та практичної діяльності людини, у процесі пізнання організовує і спрямовує хід наукового дослідження найбільш оптимальним шляхом в інтересах отримання нового знання, регулює застосування тих чи інших методів, узагальнює результати наукового пізнання у формі знань [2, с.167-168].

Перш за все, пригадаємо, що за широтою застосування у різних галузях науки методи поділяють на філософські, загальнонаукові, спеціальні, міждисциплінарні. Філософські методи – це система принципів, операцій, прийомів, що мають загальний, універсальний характер і перебувають на найвищих щаблях абстрагування. Філософські методи визначають найбільш загальні регулятиви дослідження, генеральну стратегію, але не замінюють загальнонаукові та спеціальні методи, і безпосередньо не визначають остаточний результат наукового дослідження. Загальнонаукові методи дослідження (які, в свою чергу, поділяються на загальнологічні, теоретичні та емпіричні), завдяки своїй універсальності, застосовуються у переважній більшості наук. Спеціальні наукові методи властиві конкретним галузям знань. Міждисциплінарні методи переважно використовуються у дослідженнях, що проводяться на стику різних наук. За іншими класифікаціями, методи також поділяють на: теоретичні та емпіричні; формальні та змістовні; фундаментальні та прикладні; методи безпосереднього і опосередкованого дослідження; природознавчі методи і методи соціально-гуманітарних наук.

Необхідність застосування в соціальнокомунікаційних дослідженнях філософських принципів та законів, а також загальнонаукових методів очевидна. Адже неможливо отримати достовірні знання про соціальнокомунікаційні явища без застосування діалектичних принципів історизму, об'єктивності, всебічності, розглядаючи їх поза часовим виміром і соціокультурним контекстом. Загальний зв'язок предметів і явищ реального світу розкривається за допомогою законів діалектики, головним з яких є закон єдності і боротьби протилежностей як сторін предметів і явищ реального світу, що одночасно нерозривно пов'язані між собою і взаємно передбачають та водночас взаємно виключають один одного. Інший важливий закон діалектики – взаємного переходу кількісних і якісних змін – розкриває механізм розвитку через поступове нагромадження кількісних змін, які у певний момент із необхідністю ведуть до якісних перетворень, виникнення нової якості, що у свою чергу впливає на характер і темпи кількісних змін. Закон заперечення заперечення відображає поступальний, спадкоємний, циклічний характер розвитку явищ і процесів. Без розуміння цих та інших філософських принципів та законів неможливо збагнути роль, функції, особливості комунікаційних зв'язків у соціумі.

Приміром, закони діалектики допомагають краще збагнути загальну логіку зміни пануючих технологій та каналів соціальних комунікацій в історії людства, перехід від домінування міжособистісного спілкування до масової безособової аудиторії, а також зворотні процеси, початок яких ми спостерігаємо

нині. Це дасть можливість уникнути надмірної абсолютизації ролі певних окремих чинників у цих процесах, в чому помічені навіть такі видатні дослідники комунікацій, як М.Мак-Люен, який фактично поклав на друковане слово і станок Гутенберга відповідальність за розрив людини із природною гармонією, поширення націоналізму, революцій і світових війн [3].

Необхідним для проведення досліджень у галузі соціальних комунікацій є і застосування загальнонаукових методів дослідження, які забезпечують зв'язок між філософією і фундаментальними теоретико-методологічними положеннями спеціальних наук. Загальнонаукові методи традиційно класифікують на: загальнологічні; методи теоретичного пізнання; методи емпіричного дослідження. Найбільш широке застосування серед загальнологічних методів має аналіз, який зазвичай є першою стадією дослідження, передбачаючи уявне розчленування предмету чи явища на складові елементи з метою вивчення його структури, ознак, властивостей, зв'язків. Різновидами аналізу є класифікація і періодизація, необхідні для з'ясування зв'язків і закономірностей розвитку предмету дослідження.

Необхідними для наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій є також застосування методів індукції і дедукції. Наприклад, досліджуючи вплив певного ЗМІ на громадську думку, причинно-наслідкові зв'язки можна виявити індукційними методами єдиного розходження і залишку, дослідивши погляди людей зі схожими соціально-психологічними характеристиками до отримання ними певної інформації з даного ЗМІ, і після цього. Ефективність появи в ЗМІ певної передачі чи рубрики можна дослідити за допомогою індуктивного методу супровідних змін. Дедукція зазвичай використовується з метою поглибити, перевірити, підтвердити або спростувати раніше отримані знання. Важко собі уявити соціальнокомунікаційні дослідження і без застосування таких методів, як абстрагування, узагальнення, аналогії, моделювання, прогнозування, системний та структурно-функціональний метод.

Серед методів теоретичного дослідження для галузі соціальні комунікації значну увагу становлять історичний та логічний методи, адже вивчаються складні соціальні об'єкти, що історично розвиваються. Метод формалізації дає можливість відобразити отримане змістовне знання в знаково-символічному вигляді, що необхідно, зважаючи на важливість прикладного аспекту соціальнокомунікаційних досліджень. У соціальнокомунікаційних дослідженнях широко застосовуються такі емпіричні методи, як спостереження, експеримент, порівняння.

Якщо із філософськими та загальнонауковими методами все більш-менш зрозуміло, оскільки вони можуть застосовуватися практично у всіх науках, а отже – і в соціальнокомунікаційних дослідженнях, то із спеціальними та міждисциплінарними методами ситуація складніше, адже власних методів вітчизняна наука про соціальні комунікації ще не виробила, користуючись поки що методами, «запозиченими» із суміжних наукових галузей – соціології, психології, філології, політології, філософії, історії. Оскільки об'єкт соціальнокомунікаційних досліджень також часто співпадає із об'єктом досліджень згаданих суміжних наук, постає питання, чи можна за таких умов отримати принципово нове знання?

Перш за все, визначимося, чи доцільно взагалі застосовувати в

соціальнокомунікаційних дослідженнях спеціальні та міждисциплінарні методи інших наук. Відзначимо, що під спеціальною науковою методологією ми розуміємо сукупністю методів, принципів і прийомів дослідження, що застосовуються в тій або іншій науці чи галузі знань. Методи міждисциплінарного дослідження застосовуються в роботах, що проводяться на стику різних наук, зокрема, при реалізації комплексних наукових програм. Зважаючи на журналістикознавче «коріння» вітчизняного вчення про соціальні комунікації, буде доречним навести таку думку одного із патріархів українського журналістикознавства А.Москаленка: «Наука про пресу теж не може бути відокремленою від суміжних суспільних і гуманітарних наук... Вивчення преси вимагає об'єднаних зусиль філософських, історичних, лінгвістичних і літературознавчих дисциплін і використання їх методів» [6, с.32-33].

При цьому, предмет соціальнокомунікаційного дослідження має бути відмінним від того, що вивчається в межах інших, суміжних наук. Адже метод вказує шлях дослідження, але особливості цього шляху мають визначитися у безпосередній прив'язці до предмета чи явища, що досліджується. І.Пригожин та І.Стенгерс з цього приводу зауважують, що істинність методу завжди детермінована змістом і природою об'єкту дослідження [7, с.267].

Навіть якщо досліджується один і той самий об'єкт, який вивчається й іншими, суміжними науками (що буває часто, адже всі гуманітарні науки в тій чи іншій мірі досліджують об'єкти і явища соціальної дійсності), то потрібно обирати для вивчення ту сторону об'єкта дослідження, яка відповідає саме галузі науки про соціальні комунікації. Як зазначає з цього приводу В.Різун, «одне й те саме явище, потрапляючи в лоно якоїсь науки, отримує підхід цієї науки до його дослідження. Так, слово у філології буде розглядатися з точки зору його будови, змісту, функції; у психології – з точки зору засобу впливу або вираження психічної діяльності; у соціології як маркер для розмежування соціальних ролей чи груп і т.д.» [8, с.17].

Обираючи методи дослідження, вітчизняним науковцям необхідно пам'ятати, що в Україні соціальні комунікації виділені в окрему галузь знань, а не включено до соціології культури, як в Росії. Вітчизняна наукова галузь соціальні комунікації включає в себе сім спеціальностей, і відповідно – теорію та історію соціальних комунікацій; документознавство та архівознавство; книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство; теорію та історію журналістики; теорію та історію видавничої справи і редагування; прикладні соціально-комунікаційні технології; соціальну інформатику. Уважне вивчення паспортів відповідних спеціальностей, затверджені Вищою атестаційною комісією України, свідчить про те, що переважно йдеться про соціальнокомунікаційну справу як професійну діяльність із налагодження комунікаційних зв'язків у суспільстві. Відповідним чином має бути орієнтована і методологія соціальнокомунікаційних досліджень.

В.Різун висловлює слушну думку, що «методологічним підходом до вивчення явищ, процесів, функцій соціальних комунікацій очевидно є соціальнокомунікаційний підхід. Суть цього нового для науки в цілому підходу є фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи

здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу» [9, с.10]. Отже, йдеться про нову, «соціальнокомунікаційну парадигму» досліджень, про «переосмислення» явищ з точки зору соціальних комунікацій через «включення їх в систему соціальної взаємодії: як журналістика впливає на соціум, як бібліотеки формують суспільство і т.д.» [8, с.17-18].

Тож застосування у соціальнокомунікаційних дослідженнях методів інших наук є виправданим у тому випадку, якщо це робиться для вивчення тих сторін предметів чи явищ, які пов'язані із процесами комунікації в контексті соціальної взаємодії (соціальнокомунікаційний контекст є обов'язковим).

Які ж методи суміжних наук можуть допомогти розкрити соціальнокомунікаційні аспекти предметів дослідження, що проводяться в межах науки про соціальні комунікації? Очевидно, що одну з найбільш вагомих ролей відіграють методи соціологічних досліджень – як фундаментальні (спрямовані на встановлення й аналіз соціальних тенденцій, закономірностей розвитку суспільства), так і прикладні (спрямовані на вивчення конкретних соціальних об'єктів та розв'язання конкретних соціальних проблем). Слід відзначити, що соціальнокомунікаційні вчення взагалі початково зародилися в США та країнах Західної Європи на базі праць соціологів та психологів. Вірогідно через це в сучасній Росії, де вивчення соціальних комунікацій активізувалося лише протягом останніх двох десятиліть, їх віднесли до наукової галузі соціологія культури, спрямувавши, таким чином, соціальнокомунікаційні дослідження в руслі соціологічних. Відповідно – і більшість методів досліджень соціології масових комунікацій (так в російській науковій думці часто називають соціальнокомунікаційні дослідження) запозичені в соціології [напр., див.: 12, с.328-385; 4, с.32-75].

Соціологічні методи дослідження надзвичайно важливі для вивчення предметів і явищ в межах соціальнокомунікаційного знання, оскільки дають можливість виявити та оцінити вплив тих чи інших соціальнокомунікаційних технологій на соціальні групи або на суспільство в цілому. Окрім опитувань громадської думки, серед соціологічних методів у контексті соціальнокомунікаційних досліджень важливу роль відіграють клінічні (глибинні) інтерв'ю, фокус-групові інтерв'ю, мозкові штурми, ділові ігри.

У соціальнокомунікаційних дослідженнях також часто застосовуються методи аналізу документів. Так, риторичний аналіз досліджує мовні засоби, які роблять сприяють впливу тексту на споживача інформації; когнітивний аналіз досліджує вплив світогляду автора, його особливі форми висловлення думки на сприйняття інформації; дискурсивний аналіз досліджує взаємозв'язки тексту із політичними, соціальними, економічними, релігійними, культурними та іншими уподобаннями.

Надзвичайно важливе місце в системі соціальнокомунікаційних досліджень посідає контент-аналіз як системно формалізований метод дослідження змісту комунікації шляхом виявлення кількісно-якісних зв'язків і співвідношень її змістовних складових. В Україні одними з перших метод контент-аналізу описали та застосовували ще в другій половині 1980-х рр. дослідники Н.Костенко та А.Баришполець. У 2003 р. було опубліковано ґрунтовну працю Н.Костенко та В.Іванова «Досвід контент-аналізу. Моделі та

практики» [1]. Дослідивши класичні та сучасні підходи до контент-аналізу, Н.Костенко та В.Іванов визначають його як «якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів» [1, с.66].

Кількісний контент-аналіз ґрунтується на аналізі частоти згадувань вибраних дослідником змістовних одиниць, співвідношення частоти їх появи у тексті, оцінок, з якими вони згадуються. При якісному контент-аналізі дослідник зосереджується не на кількості появи певних змістовних одиниць у тексті, а на факті їх присутності чи відсутності, на аналізі їх суті, формі подачі. Застосування контент-аналізу неможливе без моніторингу, який передбачає цілеспрямоване регулярне спостереження за об'єктом; якісний і кількісний аналіз характеристик об'єкту моніторингу; прогнозування тенденцій розвитку досліджуваного інформаційного простору. За допомогою контент-аналізу можна із великою мірою достовірності дослідити цілі та ефективність впливу на соціум тих чи інших текстів як складових соціальнокомунікаційних технологій.

Для вивчення предметів та явищ в соціальнокомунікаційних дослідженнях також можуть застосовуватися такі методи, як порівняльно-історичний, історико-генетичний, історико-типологічний, ретроспективний, метод актуалізації, проєктивний метод, мовностилістичний, інформаційний експеримент та інші.

Висновки. Всебічне та об'єктивне вивчення предметів дослідження в межах спеціальностей, що входять до наукової галузі соціальні комунікації, потребує комплексного підходу до застосування методології, починаючи від філософських принципів і законів та загальнонаукових методів – і до застосування спеціальних та міждисциплінарних методів дослідження, адже лише таким чином можливо досконально вивчити предмети та явища, що перебувають в площині суспільних відносин, обумовлених комунікаціями.

Обираючи методологію дослідження, вітчизняним науковцям необхідно пам'ятати, що в Україні соціальні комунікації виділені в окрему галузь знань, а не включено до соціології культури, як в Росії. Як окрема галузь наукового знання соціальні комунікації потребують власної методології. Це не значить, що в соціальнокомунікаційних дослідженнях не можна застосовувати методи інших, суміжних наук, проте робити це необхідно так, щоб в результаті було отримано принципово нове знання, розкриті ті сторони предметів і явищ, які не вивчаються в межах інших наук.

Тобто застосування у соціальнокомунікаційних дослідженнях методів інших наук є виправданим у тому випадку, якщо це робиться для вивчення тих сторін предметів чи явищ, які пов'язані із процесами комунікації в контексті соціальної взаємодії (соціальнокомунікаційний контекст є обов'язковим). Навіть якщо досліджується один і той самий об'єкт, який вивчається й іншими, суміжними науками (що буває часто, адже всі гуманітарні науки в тій чи іншій мірі досліджують об'єкти і явища соціальної дійсності), то потрібно обирати для вивчення ту сторону об'єкта дослідження, яка відповідає саме галузі науки про соціальні комунікації.

Спрямовуючим принципом при виборі методів дослідження, що проводиться в галузі соціальні комунікації, має бути їх відповідність

соціальнокомунікаційній парадигмі, що, за визначенням В.Різуна, означає інтерпретацію даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу – йдеться про переосмислення явищ з точки зору соціальних комунікацій через включення їх в систему соціальної взаємодії.

1. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія / Н. Костенко, В. Іванов. – К.: Центр вільної преси, – 2003. – 200 с.
2. Кохановский В.П. Философия и методология науки: Учебник для высших учебных заведений / В.П. Кохановский. – Ростов н/Д: «Феникс», 1999. – 576 с.
3. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / Маршалл Мак-Люэн. – К.: Ника-Центр, 2003. – 432 с.
4. Мартынов М. Ю. Социология массовой коммуникации: предмет и методы исследования: учеб. пособие / М.Ю. Мартынов, Е.В. Иванчихина; Сургут. гос. ун-т. ХМАО – Югры. – Сургут : ИЦ СурГУ, 2008. – 159 с.
5. Моїсеєва Н.І. Методологічні аспекти розвитку дослідження соціальної комунікації / Н.І. Моїсеєва // Світ соціальних комунікацій: наук. журн. [гол. ред. О.М. Холод]. – Т.7. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. – С.10-12.
6. Москаленко А.З. Вступ до журналістики: Підручник / Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – 2.вид., доп. і перероб. / А.З. Москаленко. – К.: Київський ун-т, 1998. – 321 с.
7. Пригожин И., Стенгерс И. Время, хаос, квант: К решению парадокса времени / И. Пригожин, И. Стенгерс. – М.: «Россия молодая», 1994. – 366 с.
8. Різун В.В. До питання про соціальнокомунікаційні наукові проблеми і про наукові проблеми взагалі / В.В. Різун // Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова] – К.: Інститут журналістики, 2013. – С.8-25.
9. Різун В.В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В.В. Різун // Світ соціальних комунікацій: наук. журн. [гол. ред. О.М. Холод]. – Т.2. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2011. – С.7-11.
10. Різун В.В., Скотникова Т.В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. / В.В. Різун, Т.В. Скотникова. – К.: Преса України, 2008. – 144 с.
11. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): слов.-справ. / авт.-сост. В.А. Ильганаева. – Х.: [Городская типография], 2009. – 391 с.
12. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов /Л. Н. Федотова. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
13. Українське журналістикознавство: термінологія, методологія і стандарти : зб. наук. пр.; упорядкування Т. В. Скотникова, Г. В. Сухаревська; за наук. ред. В. В. Різуна. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2013. – 431 с.
14. Холод О.М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз: навч. посіб. – 2-ге вид., доп. і перероб. / О.М. Холод. – Львів: ПАІС, 2011. – 288 с.

METHODOLOGICAL BASES FOR THE SOCIAL COMMUNICATION RESEARCHES IN UKRAINE

Maksym Khylo

*Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Melnikova str., 36/1, Kyiv, 04119, Ukraine,
e-mail: khylo@ukr.net*

Methodological bases for the social communication researches in Ukraine are outlined. It is substantiated that comprehensive and objective study of the research subjects within the social communications scientific field requires an integrated approach to the methodology, including the philosophical, general scientific, special and interdisciplinary methods. Use of the methods of the other sciences in the social communication researches is justified when it is necessary to study those aspects of the objects or phenomena which relate to the processes of communication in the context of social interaction. Compliance with the social communication paradigm should be the determinative principle in choosing the methods of researches in the field of social communication. In the definition, given by Volodymyr Rizun, it means the interpretation of data in the system of social engineering concepts, the rethinking of phenomena in the terms of social communications through their inclusion into the system of social interaction.

Keywords: social communications, social communication paradigm, methodology, philosophical methods, scientific methods, special methods, cross-disciplinary methods.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В УКРАИНЕ

Максим Хилько

*Институт журналистики Киевского национального университета
имени Тараса Шевченко,
ул. Мельникова 36/1, Киев, 04119, Украина,
e-mail: khytko@ukr.net*

Определены методологические основы для проведения социально-коммуникационных исследований в Украине. Обосновано, что всестороннее и объективное изучение предметов исследования в научной области социальные коммуникации требует комплексного подхода к применению методологии, включая философские, общенаучные, специальные и междисциплинарные методы. Применение в социально-коммуникационных исследованиях методов других наук оправдано в случаях, когда это необходимо для изучения тех аспектов предметов или явлений, которые связаны с процессами коммуникации в контексте социального взаимодействия. Определяющим принципом при выборе методов исследований, которые проводятся в области социальные коммуникации, должно быть их соответствие социально-коммуникационной парадигме, что в определении В.Ризуна означает интерпретацию данных в системе понятий социально-коммуникационного инжиниринга, переосмысление явлений с точки зрения социальных коммуникаций через включение их в систему социального взаимодействия.

Ключевые слова: социальные коммуникации, социально-коммуникационная парадигма, методология, философские методы, общенаучные методы, специальные методы, междисциплинарные методы.

*Стаття надійшла до редколегії 23.12.12
Прийнята до друку 10.01.13*