

УДК 130.2:316.28:008

СЕМАНТИКО-СЕМІОТИЧНИЙ ТА ФІЛОСОФСЬКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЇ

Надія Гаврилюх

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000, Україна, k_istcult@franko.lviv.ua*

Розглянуто європейську історію поняття комунікації та його культурну трансформацію у XX сторіччі. Проаналізовано семантико-семіотичний аспект поняття “комунікація”; з’ясовано його етимологічне значення та лінгвістичний зміст, що трапляється в українській та іншомовних модифікаціях. Окреслено ступінь філософсько-культурологічної розробки проблеми, розкрито особливості комунікації як соціального феномена.

Ключові слова: культура, комунікація, діалог, соціальна комунікація, філософія культури.

Комунікація є надзвичайно загадковим поняттям – “поняттям-мішком”, – яке вміщує в собі водночас поїзди та автобуси, телеграфи та телебачення, і звичайно порозуміння не лише людей, а й тварин, які теж мають таку здатність. Незважаючи на те, що проблема комунікації була поставлена мислителями ще на початку XX ст., проте на сьогодні вона залишається маловивченою. Тому то й тепер дослідження проблем сучасного суспільства та людини здійснюється з позицій комунікативної проблематики. Проблема комунікації, однієї з базових ознак людини, стало домінуючим. Поруч із цим виникає питання: що означає часто вживане слово “комунікація”, яке його розуміння у філософії та культурі. Відразу зауважимо, що систематичних досліджень у цій галузі є порівняно небагато, зокрема, в українській культурологічній думці їх є мало, а тому вона є недослідженою.

Мета статті – здійснити семантико-семіотичний аналіз поняття “комунікація”; розкрити його етимологічне значення та лінгвістичний зміст, що трапляється в українській та іншомовних модифікаціях; визначити ступінь філософсько-культурологічної розробки цього поняття; з’ясувати соціальний зміст цього феномена.

Досліджуючи розуміння терміна “комунікація” у науковій літературі можна побачити, наскільки неоднозначним є його трактування. Мислителі-дослідники виводять етимологію поняття з різних мов та слів. Етимологія слова з латинської мови “*communicare*” означає “наділяти”, “розділяти” чи “робити спільним”. Коренем у цьому слові є

mun- (а не *uni-*), що пов'язаний з такими словами, як “munificent” (“щедрий”), “community” (“громада, спільнота”), “meaning” (“значення смисл”). У латинській мові *communicatio* не вживалось для позначення загальної здатності людей до спілкування за допомогою символів, не передбачало воно і значення певного загального порозуміння. Його значення не стосувалося навіть суто ментальної сфери: *communicatio*, як правило, передбачало матеріальність. У стилістичній теорії риторики *communicatio* також було технічним терміном для позначення стилістичної фігури, в якій оратор подає гіпотетичний голос опонента чи аудиторії; *communicatio* – це, швидше, не автентичний діалог, а удавання діалогу одним мовцем із риторичною метою. Згодом з'являється значення “ділитись новиною”, “переказувати”, що виникає з “ділитись з іншими”. З розвитком транспортних засобів термін поширився і, набравши загального та абстрактного значення, став стосуватися доріг, каналів та залізничного транспорту [8, с. 246–247; 6, с. 16]. Вже на початку XX ст. у США та дещо згодом у Великобританії цей термін починає означати сферу преси, кіно та телебачення.

Для Дж. Пітерса один із головних смислів поняття “комунікація” передбачає наділення, що є відмінним від будь-якого поняття діалогу чи діалогового процесу. Тому комунікація може позначати “участь”, як у слові “*communicant*” (“той, що причастився”), що означає особу, яка стала частиною священної спільноти, взяла в ній участь. Тут “комунікація” передбачає належність до соціального організму через певну дію, яка не потребує ні відповіді, ні усвідомлення. Акт комунікації (*communicate*) – це акт отримання, а не надсилання. Точніше, *communicate* означає “надсилання через отримання”. Схоже значення має поняття наукової комунікації (наприклад, монографія) чи “комунікації” як повідомлення (у науковій публікації), проте тут немає місця обміну, хоч передбачається певна розпорошена аудиторія.

Цікавим є етимологічне виведення поняття “комунікація” не від латинського *communico*, а від *mei*, що означає мінятись, обмінювати [10, с. 214]. Як бачимо, таке розуміння поняття першопочатково передбачає певний обмін.

В українській мові слово “комунікація” вживається з такими значеннями: 1) (переважно) – шляхи сполучення, лінії зв'язку, мережі підземного господарства; 2)

обмін інформацією, спілкування [1, с. 446]. Отже, як бачимо, на рівні буденної свідомості поняття позначає переважно певне переміщення, передачу, зокрема фізичного. Хоча також побутує й інше значення, яке стосується саме процесів спілкування, обміну певною інформацією.

Сьогодні поняття “комунікація” заповнило всі сфери новітньої науки, філософсько-гуманітарного і культурологічного знання, стало центральним предметом їхніх досліджень. Особливе зацікавлення цією проблемою сформувалось на початку XX ст. у соціальній психології, яка з’явилась на стику століть у Німеччині (В. Вундт, Х. Штейнталь) і у Франції (Г. Тард, Г. Лебон) та набула свого розвитку в США в 20–30-ті роки. Дослідження мовних та знакових структур, які розгорнулись на початку XX ст. у працях філософів та логіків (Б. Рассела, Л. Вінтгенштайна), лінгвістів (Ф. де Сосюра) та семіотиків (Моріса), радикально змінили розуміння комунікації та підходи до її вивчення й організації. Поняття комунікації також стає базовим у багатьох культурологічних системах (К. Ясперс, Ю. Габермаса), виступаючи в ролі головного соціального процесу [7, с. 371].

Вперше процес комунікації був описаний Ласуелом (1948) у відомій формулі: “Хто говорить, що, по якому каналу, кому та з якою метою”. За цією формулою культурологи структуралістичного напрямку досліджують проблеми комунікації у контексті культури і тексту, знаку та коду, тексту та аудиторії. Мета комунікації – ефективність, яка досягається, коли повідомлення, декодоване адресатом, ідентичне до надавача [2, с. 250]. Масове дослідження наукової комунікації соціологами, психологами, спеціалістами в сфері інформатики наприкінці 1950-х–початку 1960-х років було пов’язане з пошуком можливості інтенсифікувати дослідницьку діяльність, подолати “інформаційний вибух”. При цьому інформаційну інтерпретацію отримали практично всі інформаційні процеси, що відбуваються в науці: від дисциплінарних публікацій та важливих інформаційних зібрань та завершуючи особистими контактами науковців, пов’язаних із їхніми індивідуальними дослідженнями. Завдяки впровадженню цієї методології було розроблено нові базові моделі дослідницького фронту загалом, введено нові гіпотези щодо розробки перспективних напрямів науки, що отримали назву “гіпотеза про невидимі коледжі” – самоорганізовані комунікативні об’єднання дослідників, що працюють над новою перспективною проблематикою [2, с. 281].

В українському науковому та філософському дискурсі до появи слова “комунікація” був поширений інший термін – “спілкування”. Він передбачав більш безпосередню, інтимну, дружню взаємодію людей між собою та з навколишнім їх середовищем із метою отримання певної інформації [1, с. 1772]. Носієм інформації для людини можуть бути будь-які предмети та явища. У цьому сенсі комунікація не завжди мусить мати змістовно-сміслову значення.

У філософському словнику знаходимо таке визначення: “Спілкування – особливий для суб’єктів спосіб взаємовідносин, спосіб буття людини у взаємозв’язках з іншими людьми”. У філософському розумінні спілкування не зводиться до цілеспрямовано виконуваних актів спілкування, до обміну інформацією і соціально-психологічних контактів, але включає всю усвідомлювану і не усвідомлювану глибину взаємної співпричетності людей, що відбувається шляхом збагачення власним життям життя інших суб’єктів. Спілкування притаманне предметній діяльності людини, що береться як процес встановлення та оновлення спадковості й творчості, але не зводиться до цієї діяльності [12, с. 308]. Отже, воно має екзистенційний вимір та передбачає безпосередню інтимну взаємодію людей, що збагачує життя всіх учасників цього процесу.

Загалом, у філософській літературі довідкового характеру на пострадянському просторі можна віднайти низку визначень поняття комунікації. У науковій літературі радянських часів це поняття вживається зрідка з таким значенням: “Комунікація – категорія ідеалістичної філософії, що позначає спілкування, за допомогою якого “Я” виявляє себе в іншому... Доктрина комунікації в цілому – уточнена форма кастових і корпоративних зв’язків. Об’єктивно вчення про комунікацію протиставляється марксистському розумінню колективу” [12, с. 198]. Як бачимо, тут це поняття має переважно негативний характер, протиставляючись поняттю спілкування. Комунікація ж це “нібито свідомо встановлювана взаємозалежність людей..., що ставить їх над класами” [13, с. 297]. Хоч розкривався також екзистенційний вимір цього слова, процес в якому “Я” усвідомлює себе у діалозі з “Іншим”. У філософській літературі поняття “комунікація” пов’язують із поняттям спілкування і зв’язку та застосовують у таких філософських концепціях, як екзистенціалізм і персоналізм. Комунікацію розуміють, як спілкування між окремими особами, для

яких характерне взаєморозуміння та довір'я. У цьому процесі одна самотня душа відкривається іншій, між ними встановлюється інтимний духовний зв'язок, внаслідок якого кожна зі сторін усвідомлює себе та досягає справжнього буття. Засобом комунікації виступає не лише розмова, але і мовчання.

Децо інше визначення поняття “комунікація” знаходимо у словнику із соціальної філософії: “Комунікація – тип взаємодії між людьми, що передбачає інформаційний обмін. Комунікацію (що має індоєвропейський корінь “mei” – мінятись, обмінювати) слід відрізнити і від діалогу, бо його метою є досягнення згоди осіб, що беруть у ньому участь; і від спілкування, бо останнє має справу передусім зі спільним механізмом відтворення соціального досвіду та породження чогось нового” [10, с. 214]. В цьому визначенні чітко розмежовується поняття “комунікація” від схожих “діалог” чи “спілкування”, хоча трапляється й ототожнення їх. Діалог є інформаційною чи екзистенційною взаємодією сторін, що комунікують, завдяки чому і відбувається порозуміння. Діалог може розумітись, як вибір спільного курсу взаємодії, що визначають обличчя “Я” та “Іншого”, так і як раціоналізований діалог. При цьому зникає екзистенційний пласт спілкування та основним стає теоретико-інформаційний [7, с. 229]. Комунікація, відповідно, передбачає діалогічний характер та є опосередкованою соціальністю. Ідея її соціальності, інтерсуб'єктивності надає можливість безпосередньо отримувати інформацію всім учасникам цього процесу.

Іноді тлумачать комунікацію і як певний канал зв'язку, по якому транслюється та обмінюється інформація між учасниками цього процесу [12, с. 209]. Таке розуміння перегукується із розумінням комунікації, що існувало в 40–50-х років XX ст. і було внесено в науку із виникненням теорій комунікації Норберта Вінера “Кібернетика”(1948) та Клода Шанона “Математична теорія комунікації”(1949), й у 1960 р., перенесено Романом Якобсоном на гуманітарні науки, набувши такого вигляду: надавач – контекст, повідомлення, код – отримувач.

Комунікація може теж виступати процесом побудови текстів, реконструкції їхнього змісту та значення, а також пов'язані з цим мислення та розуміння. За цих умов, змістом комунікації є тексти, дії щодо їхнього поширення і, навпаки, дії щодо реконструкції їхнього змісту та

значення [3, 5, 7]. Як вже зазначалося, зацікавлення цим аспектом комунікації було пов'язане із поворотом науки та філософії до мовної дійсності, що трапляється в лінгвістиці та теоріях семіотичного налізу.

“Комунікація” вживається для означення інтелектуального процесу, що має суворий ідеально-змістовий план та пов'язаний із певними ситуаціями соціальної дії. Як бачимо, таке значення також пов'язане з певною дією чи діяльністю. Таке розуміння комунікації було розроблено системно-миследіяльнісною методологією (СМД), для цього був введений спеціальний термін “мисленнєва комунікація”. Вона має пов'язувати ідеальну дійсність мислення з реальними ситуаціями соціальної дії та, з одного боку, задавати межі та розуміння мисленнєвих ідеалізацій, а з іншого, – межі та осмисленість реалізації мисленнєвих конструктів у соціальній організації та діяльності [7, с. 372].

Дж. Пітерс у праці “Слова на вітрі. Історія ідеї комунікації” подає своє визначення та розуміння поняття “комунікація”. Для нього одна зі складових цього поняття включає в себе розуміння фізичного переміщення, транспортування, наприклад, переміщення тепла, світла чи дарів. Сьогодні таке значення є дещо архаїчним, проте від нього, на думку дослідника, походить поняття комунікації як переміщення психічних сутностей, як ідеї, думки чи значення. Тут теж можна побачити, що “комунікація” не має значення двосторонності. Можна говорити про односторонню передачу повідомлень прямої чи не прямої реклами як про комунікацію, навіть якщо відповідь є небажаною чи не можливою. Саме це значення найчастіше використовується суспільними, біологічними, технічними науками, і найчастіше розуміється така елементарна схема: *комунікант – повідомлення – реципієнт*.

У соціогуманітарних науках комунікація – це обмін, тобто двостороннє переміщення, що передбачає взаємообмін, згоду і взаємодію. Природа такого обміну може бути різною. Це може бути успішне з'єднання двох кінцевих пунктів, наприклад, у телеграфі. Це процес, що завжди очікує на відповідь, трансляцію певних людських смислів у соціальному просторі [15, с. 194].

Комунікація також може слугувати поняттям для визначення різноманітних взаємодій за допомогою символів. Тут комунікація є

вільною від будь-яких упереджень, притаманних людині. Таке значення вживається як описовий термін наших стосунків у сигніфіканції.

Дж. Пітерс схиляється до визначення Ч. Кулі: “під комунікацією тут розуміється механізм, за допомогою якого існують і розвиваються взаємини між людьми – всі символи свідомості разом із засобами їхньої передачі у просторі й збереження у часі” [6, с. 18]. Символами для дослідника є ієрогліфи, монети, марки, преса, фотографія, кіно, звукозапис, радіо, телебачення, комп’ютер, Інтернет та будь-який інший засіб передачі знаків. Поруч із цим Дж. Пітерс використовує й інше значення комунікації, для її одиничного позначення: у розумінні проекту узгодження “Я” з “Іншим” [6, с. 19].

Проблема комунікації є також об’єктом однієї з галузей сучасної етики – комунікативної етики. О. Апель визначає комунікативну спільноту як трансцендентальну передумову соціальних наук. Апріорі комунікативної спільноти є підґрунтям етики [5, с. 497]. Комунікативна етика виходить передусім із наявності людини як особистості, яка і становить онтологічне підґрунтя апріорі вільної комунікації та досліджує, як здійснюється функціонування етичних цінностей на різних рівнях людської взаємодії.

У сучасній соціології та психології теж наголошують на важливості ролі, яку відіграє комунікація. Так, на думку соціологів, вона своїми засобами впливає на формування та зміну соціальної організації суспільства. Тому будь-які зміни у сфері комунікації можуть слугувати ознаками глибших та складніших змін, що відбуваються у суспільстві. Без такого базового процесу (як його ще називають соціологи нервового волокна) приводиться у дію організація всього світу у всіх його соціальних аспектах. Г. Тард (1843–1904) був першим класиком, що заявив про можливість наукового дослідження комунікаційних процесів. Мислитель пояснював соціогенез суспільства через розвиток соціально-комунікаційної діяльності у формі наслідування-копіювання [9, с. 13]. У поведінковій психології, що досліджує здатності до міжособистісної взаємодії комунікація визначається формулою: “Хто говорив, що, по якому каналу, кому та з якою метою”. Психологи передбачають, що у процесі комунікації формуються смисли та значення слів, змінюється психологічний зміст процесу, сприйняття інформації, реакції людини.

Відповідно в психології під комунікацією розуміють обмін думками та емоціями [7, с. 12].

Сучасні філософські та міждисциплінарні дослідження стали окремо виділяти поняття *соціокультурної комунікації* [3, 14], в якому головним виступає значення передачі, зв'язку. Соціокультурну комунікацію розглядають як процес "взаємодії між суб'єктами соціокультурної діяльності (індивідами, групами, організаціями) з метою передачі чи обміну інформацією за допомогою прийнятих у цій культурі знакових систем (мов), прийомів та засобів їхнього використання" [2, с. 316]. Наголошують, що вона є одним із базових механізмів у соціокультурних процесах, забезпечує формування соціальних зв'язків, накопичення і трансляцію соціального досвіду.

Окремо поняття соціальної комунікації знаходимо у науковій літературі російського видання. А. Соколов подає визначення: "соціальна комунікація – це рух смислів у соціальному просторі та часі" [9, с. 27]. Дослідник також зазначає, що це переміщення можливе лише між суб'єктами, які перебувають у соціальній сфері, а отже, присутніми є також комуніканти та реципієнти. Суб'єктами соціальної комунікації є люди. У культурі соціальна комунікація (збереження та поширення створених цінностей) є частиною культурної спадщини, де її складовими, на думку А. Соколова, виступають творчість (творення культурних цінностей) та практичне засвоєння цінностей [9, с. 22]. Слід також уточнити, що під соціальним смислом автор розуміє культурні цінності, як матеріалізовані (вироби), так і не матеріалізовані (ідеї). Тому комунікація, на його думку, виступає невіддільною, ваговою складовою культури. Окреслюючи зміст комунікації автор зазначає, що для її здійснення необхідно хоча б два суб'єкти, а також вона повинна мати доцільний характер. У культурі основною змістовною одиницею соціальної комунікації є повідомлення або текст, що пов'язано з культурно-семантичними особливостями всіх об'єктів та процесів, які володіють символічними властивостями.

Комунікація, за своєю суттю, – явище соціальне, яке уособлює одну з провідних потреб людини – потребу у взаєминах з іншими, в ході реалізації якої індивід опановує світ свого буття. Із поданого вище дослідження вживання цього поняття у різних філософсько-гуманітарних та соціокультурних науках можна побачити, наскільки багатоаспектною є така проблема та наскільки різного значення воно

набуває. В екзистенційному розумінні цього процесу кожне “Я” має змогу пізнати себе через “Іншого”. Поруч із цим існує й інше значення – інформаційного процесу як обміну, тобто двостороннього переміщення, що не завжди може мати соціальне значення. Інформація ж як така не завжди несе в собі соціальний досвід, а отже, не сприяє соціальній інтеграції. Часто в буденній свідомості цьому поняттю надають винятково фізичне значення, що стосується доріг, каналів та залізничного транспорту, передачі інформації на відстані за допомогою телеграфу чи інших сучасних телекомунікаційних систем.

Культура є результатом та підставою для існування людини, явищем без якого та поза яким людини чи соціальна спільнота існувати не може. Вона є явищем притаманним соціуму, а отже, процесом, що здійснюється у соціальному просторі між учасниками культури. Для означення процесу доцільніше застосовувати поняття “комунікація”, а не “спілкування”, що частіше застосовується на рівні буденного вжитку та має переважно значення будь-якого інформаційного обміну із зовнішнім середовищем. “Спілкування” не завжди передбачає змістовно-сміслові значення цього процесу. Слід також зазначити, що не кожна дія може бути комунікативною; нею є лише та дія, що має мотиваційні підстави, орієнтацію на передачу певної інформації та володіє адекватними для цієї мети знаковими системами. Для уникнення неоднозначності в розумінні саме поняття “комунікація”, зокрема в культурі, на мою думку, доцільно вжити поняття “соціальна комунікація”, яке застосовує А. Соколов [9, с. 22]. Воно дасть змогу краще відображати всю специфіку цього процесу. У культурі головною змістовною одиницею соціальної комунікації є повідомлення або текст, що пов’язано із культурно-семантичними особливостями всіх об’єктів та процесів, які володіють символічними властивостями, та передаються за допомогою мови або іншої системи знаків. Культурну особливість інформація набуває завдяки соціальній комунікації, що є сукупністю різних культурних феноменів та процесів, які здійснюються на всіх рівнях культури та є цілеспрямованим процесом.

-
1. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – Київ; Ірпінь: Перун, 2002. –1440 с.

2. *Кравченко А.* Культурология: Словарь. – М.: Академический проект, 2000. – 671 с.
3. Культурология. XX век. Энциклопедия: В 2 т. – СПб.: Университетская книга, 1998, – Т. 1. – 447 с.
4. Новая философская энциклопедия. – М.: Б.в., 2001. – 1240 с.
5. Новейший философский словарь. – Минск: Интерпрессервис; Книжный дом, 2001. – 1280 с.
6. *Пітерс Дж.* Слова на вітрі. Історія ідеї комунікації. – К.: КМ Академія, 2004. – 302 с.
7. Постмодернизм. Энциклопедия. – Минск: Интерпрессервис; Книжный дом, 2001. – 1040 с.
8. Словарь иностранных слов. – М.: Рус. яз., 1988. – 784 с.
9. *Соколов А.* Общая теория социальной коммуникации. – СПб.: Изд. Михайлова В.А., 2002. – 461 с.
10. Социальная философия: Словарь. – М.: Академический проект, 2003. – 560 с.
11. Соціальна філософія. Словник. – Київ; Харків: Рубікон, 1997. – 360 с.
12. Философский словарь. – М.: Политиздат, 1991. – 560 с.
13. Філософський словник. – К.: Радянська енциклопедія, 1986. – С. 796.
14. Энциклопедический словарь. Культурология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. – 320 с.
15. Энциклопедический словарь по культурологии. – М.: Центр, 1997. – 420 с.

COMMUNICATION: SEMANTIC-SEMIOTIC AND PHILOSOPHICAL-CULTURAL ASPECTS

Nadiya Havrylyukh

*Ivan Franko National University of L'viv, Universytets'ka Str. 1,
L'viv, 79000, Ukraine, k_istcult@franko.lviv.ua*

The European history of a concept of "communication" and its cultural transformation in the XX-th century are analysed. The semantic-semiotic analysis of the concept of "communication" is researched; etymological meaning and linguistic contents which could be met in native and foreign modifications are determined. The degree of the philosophical-cultural elaboration of the problem is defined and the peculiarity of the concept as the social phenomenon is exposed.

Key words: Culture, communication, dialogue, social communication, philosophy of culture.

Стаття надійшла до редколегії 06.09.2005

Прийнята до друку 24.09.2005