

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Э.А. Круг, канд. экон. наук, доц.,
Псковский государственный университет, Россия

Социальная коммуникация, как самостоятельный объект исследования выделяются только в XX веке. До этого момента она понималась как момент гносеологического отношения двух субъектов: один субъект – источник информации, а другой был ее пассивным приемником.

Вопросам социальных коммуникаций посвящены труды многих ученых: Е.В. Армера, Л.Г. Гусяковой, А.В. Миронова, Ю. Подгорецки, А.В. Соколова, др. Существует множество определений понятия «социальная коммуникация, табл. 1.

Таблица 1. – Понятие «социальная коммуникация»: позиции авторов

Автор	Определение
Б. Вульвин	осознанный (неосознанный), с намерением (без намерения) процесс, в котором происходит передача вербальных или невербальных сообщений на межличностном либо социальном уровне [1]
Ю. Подгорецки	процесс создания, преобразования информации между отдельными индивидами, группами, а также общественными организациями. Который нацелен на динамическое развитие, преобразование (изменение) знаний, поведения, с целью влияния на субъектов и воздействия на их системы ценностей и интересы [2]
А.В. Соколов	движение в социальном времени и/или пространстве. Оно возможно только между субъектами, которые вовлечены в социальную сферу [3, с. 23]
К.В. Ковтун	процесс социальной интеракции, при котором осуществляется передача социально значимой информации, оказывающей влияние на взгляды, интересы и поведение определенных социальных субъектов социальной и ситуационной среды [4, с. 43]

Важная роль социальных коммуникаций, связана с генезисом социального события. Поскольку благодаря социальной коммуникации возникает интеграция социальных действий субъектов в скоординированное массовое коллективное поведение, вызванное социальным событием. Благодаря социальной коммуникации осуществляется интеграция определенных индивидуальных мнений и интересов социальных субъектов в массовые разделяемые цели и интересы, которые являются значимыми для определенного социального события.

Свойствами социальных коммуникаций являются: социальная закономерность и направленность, социальная информационность, интерактивность, целенаправленность, социальная детерминированность, взаимообмен и др.

Известно, что первая коммуникационная модель была предложена Г. Лассуэлом в 1948 году. Она включала в себя следующие элементы:

1. Кто передает;
2. Что передает?
3. Каким образом осуществляется передача сообщения?

4. Кому направленно сообщение?
5. Какова эффективность передачи сообщения?

Представленная Г. Лассуэлом модель монологична, поскольку автор его реципиент остается пассивным, т.к. не принимает активного участия в процессе обмена информацией, что снижает эффект воздействия. Исследователи отмечают, что именно линейный характер отличает первые модели социальных коммуникаций от современных коммуникаций [3, с. 89].

Аспекты социальной коммуникации представлены в табл. 2 [2].

Таблица 2. – Аспекты социальной коммуникации

Аспект	Сущность
Социальный	ориентирован на оценку коммуникативных средств и их применение (социальные функции коммуникации)
Языковой	отражает проблемы межличностной коммуникации, поскольку субъекты обмениваются информацией, т.е. выстраивается процесс общения
Коммуникативный	основан на воздействии массовой коммуникации в рамках общественных отношений

Отличительными чертами социальной коммуникации от других видов коммуникационного общения является то, что она основана на наличии передаваемого объекта, целесообразности обмена информацией, наличии двух участников (групп). Это целесообразное и опосредованное взаимодействие двух субъектов.

Следует выделить основные функции социальной коммуникации (табл. 3) [1,4].

Таблица 3. – Функции социальной коммуникации

Функция	Значение
Синдикативная	средство объединения людей
Инструментальная	управление различными действиями
Трансляционная	передача информации
Социальный контроль	регламентация поведения
Экспрессивная	выражение отношения к явлениям и процессам социальной жизни
Социализация	развитие навыков взаимодействия в обществе, принятие норм и правил

Социальные коммуникации связаны с происходящим социальным событием. В процессе генезиса коммуникационный процесс проявляет особую значимость, особенно в трансформационные периоды жизни общества. При помощи социальных коммуникаций осуществляется обмен социально значимой информацией. В процессе трансформационного развития осуществляются социально-значимые действия и изменения, а это влечет за собой появление большого количества актуальной и социально-востребованной информации. Данная информация отражается в общественном сознании, а также рефлексивируется социальными субъектами в процессе непрерывного обмена социальными коммуникациями [5, с. 199].

Посредством социальной коммуникации в социальном событии происходит организация и координация действий индивидуумов в коллективные взаимосвязанные

социальной системы. Взаимосвязь социальной коммуникации с социальным событием представлена на рисунке 1 [6].



Рисунок 1. – Взаимосвязь социальной коммуникации с социальным событием

Процесс развития социального события является достаточно сложным явлением, поскольку осуществляется за счет коммуникативного взаимодействия различных социальных субъектов. Данный процесс характеризуется динамической сложностью, выражающийся в этапизации различных изменений, направленных на создание единого коммуникативного комплекса взаимосвязанных социальных событий.

Генезис социальных коммуникаций характеризуется направленностью и нарастающими тенденциями развития, в ходе которых происходит интеграция с субъективными и объективными компонентами, привлечение большого количества социальных субъектов.

В научной литературе выделяется множество подходов к классификации социальной коммуникации, что отражает многоаспектность данного процесса [2; 3; 6].

Таблица 4. – Классификация основных видов социальной коммуникации

Принцип классификации	Вид	Характеристика
1	2	3
По характеру аудитории	1. Межличностная (индивидуализированная)	Представляет собой непосредственный, «лицом к лицу» контакт людей, психологическую близость партнеров, наличие понимания и сопереживания.
	2. Групповая	Коммуникация осуществляется между двумя или большим количеством людей определенной социальной группы (территориальной, профессиональной, религиозной и др.) или организации (предприятия, учреждения, фирмы, банка и т.п.) в целях осуществления взаимозависимых действий и решения совместных задач
	3. Массовая	Процесс распространения информации и её влияния на общество посредством печати, телевидения, радио, кино и т.д., в результате чего сообщение поступает сразу к большим массам людей.

Окончание таблицы 4

1	2	3
По характеру взаимодействия	1. Личностная; 2. Ролевая	Носит более экспрессивный характер, связанный с самовыражением «Я»; Более формализована в своих проявлениях, ее содержание и форма определены ролевыми отношениями партнеров, а процесс передачи информации нацелен на достижение определенного результата.
По источнику сообщения	1. Официальная (формальная) 2. Неформальная	Предполагает наличие определенного протокола, правил и норм, регулирующих взаимодействие сторон, а также использование строгого, документального делового языка. Способствует расширению круга обсуждаемых вопросов, достижению большего взаимопонимания между партнерами.
По каналу передачи	1. Вербальная 2. Невербальная	Словесная форма общения, способ передачи информации с помощью языка Включает мимику, тон и высоту голоса, жестикуляцию, отображаемые посредством языка тела, а также соблюдение личного пространства и физического расстояния

В современных условиях развития организаций, социальные коммуникации являются обязательными ее компонентами. Конкурентоспособность компаний зависит от социального взаимодействия с партнерами, потребителями. От эффективно выработанной стратегии, направленной на развитие социальных коммуникаций, зависит общий уровень информационной культуры организации.

Однако развитие рыночных отношений, расширение рамок конкурентной борьбы приводит к изменениям в социальном коммуникативном обмене. Которые могут привести от состояния равновесия к состоянию застоя, упадка, что может негативно сказаться на общем экономическом развитии компании.

Последствия социальных коммуникаций могут носить два ракурса, рисунок 2 [5, с.202].

Таким образом, с целью минимизации негативных последствий, необходимо построение такой социально-коммуникативной модели управления, которая способствовала бы повышению репутации компании и благоприятному течению организационных изменений. Необходимо постоянно осуществлять мониторинг по отслеживанию качественного состояния сложившихся межкультурных коммуникаций и определять направления их развития.

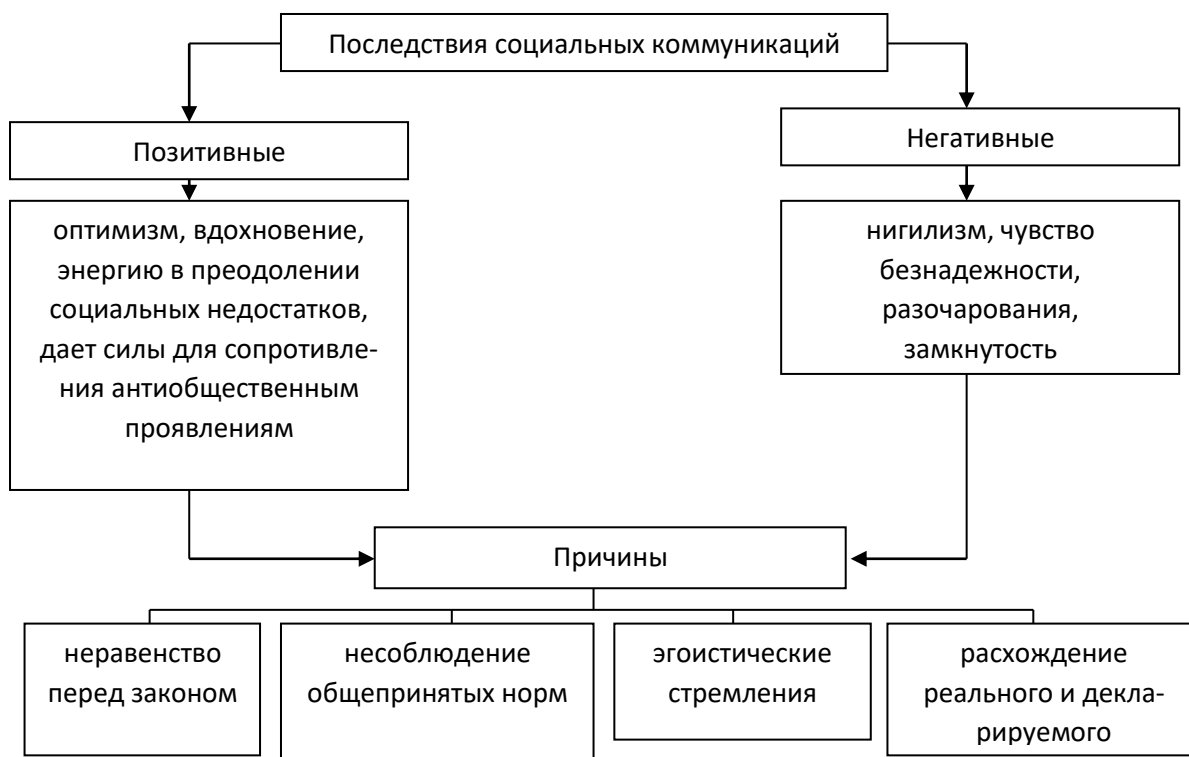


Рисунок 2. – Последствия социальных коммуникаций

В этой связи возникает необходимость в более широком и всестороннем исследовании социальных коммуникаций. Учет коммуникативных аспектов обуславливает необходимость изучения социальных коммуникаций, как определенного процесса, имеющего важное отношение к функционированию групп, организации и в целом общества.

Список использованных источников

1. Миронов, А. В. Моральный регулятор социальной коммуникации в интерпретации проблемы социального одиночества / А. В. Миронов // Парадигмы истории и общественного развития. – 2017. – № 5. – С. 22–26.
2. Армер, Е. В. Социальные коммуникации и картина социальной реальности: классический и современный подходы к пониманию связи / Е. В. Армер // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 10 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20682950>. – Дата доступа: 25.10.2020.
2. Подгорецки, Ю. Социальная коммуникация. Наука XXI века / Ю. Подгорецки // ИСОМ. – 2015. – № 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-kommuni>. – Дата доступа: 25.10.2020.
3. Соколов, А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. – СПб. : Михайлов, 2002. – 460 с.
4. Ковтун, К. В. Социальная коммуникация как основание категориальной трансформации социальных наук / К. В. Ковтун // Вестник Вологодского государственного университета. Серия: Гуманитарные, общественные, педагогические науки. – 2017. – № 4 (7). – С. 42-48.

5. Малмыгин, А. С. Социальная коммуникация как источник генезиса и развития социального события в глобализирующемся мире / А. С. Малмыгин // Электронный сетевой политематический журнал «Научные труды КубГТУ». – 2017. – № 6. – С. 198-204.
6. Гусякова, Л. Г. Специфика использования социальных коммуникаций в профессиональной деятельности социальных работников / Л. Г. Гусякова // Информация и образование: границы коммуникации.– 2013.– № 5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21958098&>. – Дата доступа: 25.10.2020.

Министерство образования Республики Беларусь
Полоцкий государственный университет

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей
IV Международной научно-практической online-конференции

(Новополоцк, 26 ноября 2020 г.)

Текстовое электронное издание

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
2020

Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты [Электронный ресурс] : электронный сборник статей IV Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 26 ноября 2020 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2020. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.

№ госрегистрации 3061815625

ISBN 978-985-531-720-4

© Полоцкий государственный университет, 2020

2 – дополнительный титульный экран – производственно-технические сведения

Для создания электронного сборника статей IV Международной научно-практической online-конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» использованы текстовый процессор Microsoft Word и программа Adobe Acrobat XI Pro для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF.

Компьютерный дизайн обложки *М. С. Мухоморовой*
Технический редактор *С. Е. Рясова, А. А. Прадидова*
Компьютерная верстка *Т. А. Дарьянова*

Подписано к использованию 27.01.2021.
Объем издания: 18,8 Мб. Заказ 019.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Полоцкий государственный университет».

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/305 от 22.04.2014.

ЛП № 02330/278 от 08.05.2014.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 53 05 72,
e-mail: i.pozdnyakova@psu.by