

DOI: <https://doi.org/10.15276/ict.02.2025.59>

УДК 316.773

Соціокультурна комунікація як форма духовної взаємодії людей

Мельник Сергій Петрович

Кандидат наук, доцент з соціальних комунікацій

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3996-9970>; molinero950@gmail.com

Національний університет «Одеська політехніка», пр. Шевченка, 1. Одеса, 65044, Україна

АНОТАЦІЯ

Вивчення феномену соціокультурної комунікації як специфічного виду соціокомунікативної діяльності через мистецтво представляє важливий напрямок сучасних культурологічних досліджень.. Звертається увага на важливість формування духовних орієнтирів і культурної спадщини, без переосмислення яких людина ризикує втратити своє людське обличчя, перетворюючись на політичне зомбі, яке керується лише базовими інстинктами, прагненням до влади та жадобою матеріальної вигоди. Підкреслюється, що необхідність уміння відчувати та вибудовувати відносини з іншими людьми формується через мистецтво, позначається функціональна сторона комунікації у процесі культурного обумовлення духовної й моральної особистості. Соціокультурна комунікація розглядається як форма спілкування через художню культуру й мистецтво, яка дає людині змогу за допомогою художніх образів проявляти глибинні сторони своєї особистості, що зазвичай приховані у побутовому чи діловому спілкуванні. Аналізуються структури, форми та механізми передачі культурного коду та художнього послання, виявляються характерні риси, властиві лише цьому типу спілкування. Зазначається, що кожне мистецтво має власний код: у літературі – мова, у музиці – тональні системи, у живописі – колір і форма, у кіно та театрі – акторська гра, діалоги, композиція кадру. Неволодіння культурним кодом веде до «поетичної неграмотності», що створює бар'єри у сприйнятті форми культури. Опосередковане каналом повідомлення сприймається аудиторією. Інтерпретація залежить від мотивації отримувача: естетична потреба, відпочинок, розваги, прагнення відволіктися від буденності, - його особистісного досвіду та психологічного стану. Сприйняття інформації має складну структуру: частина інформації відповідає очікуванням і знаннями отримувача, тому достатньо легко розпізнається та інтерпретується, інша частина проходить через бар'єри, коли отримувач декодує авторське послання, переживає його досвід і додає власне тлумачення. В обох випадках інформація спотворюється: у першому разі — індивідуальними культурними цінностями та уявами, що склалися; в другому - додається вплив невизначеності в її розумінні. У цьому сенсі важливими критеріями успішного приєднання особистості отримувача інформації стають принципи та способи соціокультурної комунікації. Це визначає її значення для формування духовної й моральної особистості, а також необхідність володіння навичками мови мистецтва для ефективної взаємодії та засвоєння загальнолюдського досвіду.

Ключові слова: соціокультурна комунікація; мистецтво; соціокомунікативна діяльність; культурний код; комунікативна компетентність; культура; особистість

Актуальність. Комунікація як явище є універсальною формою людської взаємодії, необхідною як для життя особистості, так і для існування суспільства, яке визначається не просто сукупністю індивідів, а їхніми зв'язками й відносинами. Дослідження останніх десятиліть показують, що ключовою умовою успішної діяльності є оволодіння комунікативними навичками – міжособистісного та публічного спілкування. Розвиток комунікативної компетентності, що включає знання й техніки взаємодії, стає обов'язковою вимогою для кар'єри в комерції, шоу-бізнесі, управлінні, промисловості та в освіті [1, 57]. Соціокультурна комунікація забезпечує обмін знаннями й досвідом, сприяє духовному розвитку особистості, формуванню її мотиваційної, емоційно-вольової та етичної сфер. Вона підсилює духовний потенціал індивіда, об'єднує людей, а художня грамотність постає вирішальною умовою для ефективної взаємодії та долучення до загальнолюдського знання й культурної спадщини.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

ВСТУП

В епоху цифрових технологій і зростаючої взаємозалежності людей усе більше зростає потреба в складній соціальній, політичній та економічній комунікації, а також у постійному розвитку творчих і особистісних якостей. На перший план виходить формування духовної й моральної особистості, що неможливо без усвідомлення культурних цінностей та

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.uk>)

універсальній етиці. Сучасні трагічні події – руйнівна війна в Україні, міжнаціональні конфлікти на Близькому Сході – яскраво виявляють глибоку гуманістичну кризу цивілізації. Без духовних орієнтирів і переосмислення культурної спадщини людина ризикує втратити своє людське обличчя, перетворюючись на політичну тварину, яка керується лише базовими інстинктами, прагненням до влади та жадобою матеріальної вигоди. Розвиток духовної складової особистості, наповнення її етичними та моральними якостями можливий винятково через художню культуру й мистецтво, які формують цілісність людини та розкривають її творчий потенціал [3].

Визначення поняття «соціокультурна комунікація»

Серед підходів до визначення особливостей комунікації виділяється її визначення як уміння відчувати та вибудовувати відносини з іншими людьми, яке формується через мистецтво. Воно навчає бути людиною, адже справжню любов неможливо освоїти ні за інструкціями, ні за рецептами – лише в живому досвіді чи художньому переживанні [3].

У вітчизняній та зарубіжній літературі взаємодію людей через художню культуру традиційно називають художньою або поетичною комунікацією. Однак таке визначення не відбиває всієї її специфіки. Точнішим є термін «соціокультурна комунікація», оскільки він охоплює не лише сприйняття мистецтва й системи художніх образів, а й ширші аспекти культурної діяльності: потребу в самовираженні, передання цінностей через творчість, духовне задоволення через прекрасне, емоційне зближення, самореалізацію та можливість впливати на інших. Усе це водночас є функціональною стороною комунікації та умовою формування духовної й моральної особистості.

Соціокультурна комунікація – це форма спілкування через художню культуру й мистецтво, яка дає людині змогу за допомогою художніх образів («ідеальних об'єктів») проявляти глибинні сторони своєї особистості, що зазвичай залишаються прихованими у побутовому чи діловому спілкуванні [5].

Структура та етапи комунікації через мистецтво

На відміну від традиційної моделі комунікації, де головними елементами виступають відправник, отримувач, повідомлення, контекст, канал, шуми й зворотний зв'язок [3, 20], у соціокультурній комунікації акцент зміщується на спільне переживання. Тут спілкування постає як зустріч із прекрасним, під час якої формується діалог «Я – Ти», заснований на спільних емоційних переживаннях [4]. Намір учасників здебільшого емоційний і супроводжується натхненням і прагненням до ідеалів.

Схема комунікативного акту в соціокультурній комунікації така:

Автор (відправник) → Твір (повідомлення) → Канал → Консумент (отримувач).

Автор художнього твору вступає в комунікацію через творчий процес, мотивований потребою естетичного самовираження. Іноді мотивація може бути прагматичною – створення продукту для обміну чи продажу. Первинне послання (прототекст) – думки, образи, переживання – кодується в художній твір (message).

Кожне мистецтво має власний код: у літературі – мова, у музиці – тональні системи, у живописі – колір і форма, у кіно та театрі – акторська гра, діалоги, композиція кадру [2, 3]. Неволодіння культурним кодом веде до «поетичної неграмотності», що створює бар'єри у сприйнятті.

Передане через канал повідомлення сприймається аудиторією. Інтерпретація залежить від мотивації отримувача (естетичні потреби, відпочинок, розваги, прагнення відволіктися від буденності), його особистого досвіду та психологічного стану. Долаючи бар'єри, реципієнт декодує авторське послання, переживає його досвід і додає власне тлумачення. Наприклад, «Аліса в країні чудес» Л. Керролла може сприйматися як психоделічна метафора

реальності, а «Тараканіще» К. Чуковського – як політична алегорія на сталінську диктатуру [3].

Сприйняття твору завжди пов'язане з конкретною життєвою ситуацією й вимагає інтерпретації у контексті соціокультурних реалій. Історичний, культурний, соціальний і психологічний контексти допомагають розкрити культурний код автора й зробити його доступним реципієнтові, збагачуючи його досвід.

Зворотний зв'язок у соціокультурній комунікації проявляється через естетичну реакцію аудиторії: роздуми, обговорення (зокрема у формі рецензій, блогів, дискусій), співпереживання, аплодисменти, вигуки «автор!» під час театральних і кінопоказів [2, 4].

Спілкування через мистецтво має риси звичайної комунікації: встановлює зв'язок між відправником і отримувачем; передає повідомлення; забезпечує передачу досвіду між поколіннями [3, 4]. Характерні риси соціокультурної комунікації: залучення почуттів і естетичних емоцій; актуалізація різних соціальних відносин: естетичних, моральних, духовних, релігійних, політичних; сприяння духовному й особистісному розвитку; об'єднання та інтеграція суспільства; унікальна система знаків і культурних кодів [4, 5].

Значення соціокультурної комунікації для суспільства та особистості

Соціокультурна комунікація може бути складовою інших видів комунікації, особливо в міжкультурному контексті, поєднуючи елементи масової, міжособистісної, публічної та політичної комунікації [4]. Знання законів і принципів комунікації, а також технік ефективної взаємодії стає ключовим пріоритетом гуманітарних наук. Соціокультурна комунікація забезпечує обмін знаннями й досвідом, сприяє духовному розвитку особистості, формуванню її мотиваційної, емоційно-вольової та етичної сфер. Вона підсилює духовний потенціал індивіда, об'єднує людей, а художня грамотність постає вирішальною умовою для ефективної взаємодії та долучення до загальнолюдського знання й культурної спадщини. У цих умовах вплив мистецтва можна порівняти з магією, здатною перетворювати убогу тварину в людській подобі на повноцінну людину, а сіру буденність – у прекрасне завдяки творчому зусиллю митця-чарівника.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Коноваленко Н. Ю. «Теорія комунікації». – URL: https://stud.com.ua/3935/menedzhment/teoriya_komunikatsiyi.
2. Cooper J. C. “An Illustrated Encyclopaedia of Traditional Symbols”. 2017.
3. Covarrubias P. O. “Cultural Communication”. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.172>.
4. Verderber K. S., Sellnow D., Verderber R. F. “Communicate!” *Boston, Massachusetts: Cengage Learning*. 2017.
5. Vasileva O, Balyasnikova N. “(Re)Introducing Vygotsky's Thought: From Historical Overview to Contemporary Psychology”. *Front Psychology*. 2019. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01515>.

DOI: <https://doi.org/10.15276/ict.02.2025.59>

UDC 316.773

Sociocultural communication as a form of spiritual interaction between people

Serhiy P. Melnyk

Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3996-9970>; [moliner950@gmail.com](mailto:molinero950@gmail.com)
Odesa Polytechnic National University, 1, Shevchenko Ave. Odesa, 65044, Ukraine

ABSTRACT

The study of the phenomenon of socio-cultural communication as a specific type of socio-communicative activity through art represents an important direction of modern cultural research. Attention is drawn to the importance of the formation of spiritual guidelines and cultural heritage, without which a person risks losing his human face, turning into a political zombie, which is guided only by basic instincts, the desire for power and the desire for material gain. It is emphasized that the need to be able to feel and build relationships with other people is formed through art, the functional side of communication in the process of cultural conditioning of the spiritual and moral personality is indicated. Socio-cultural communication is considered as a form of communication through artistic culture and art, which allows a person to express the deep aspects of his personality with the help of artistic images, which are usually hidden in everyday or business communication. The structures, forms and mechanisms of transmitting the cultural code and artistic message are analyzed, and characteristic features inherent only to this type of communication are revealed. It is noted that each art has its own code: in literature - language, in music - tonal systems, in painting - color and form, in cinema and theater - acting, dialogues, frame composition. Lack of knowledge of the cultural code leads to "poetic illiteracy", which creates barriers in the perception of the form of culture. The message mediated by the channel is perceived by the audience. Interpretation depends on the motivation of the recipient: aesthetic need, relaxation, entertainment, the desire to escape from everyday life, - his personal experience and psychological state. The perception of information has a complex structure: part of the information corresponds to the expectations and knowledge of the recipient, therefore it is quite easily recognized and interpreted, the other part passes through barriers when the recipient decodes the author's message, experiences it and adds his own interpretation. In both cases, the information is distorted: in the first case - by individual cultural values and formed ideas; in the second - the influence of uncertainty in its understanding is added. In this sense, the principles and methods of sociocultural communication become important criteria for the successful attachment of the personality of the recipient of information. This determines its importance for the formation of a spiritual and moral personality, as well as the need to master the skills of the language of art for effective interaction and assimilation of universal human experience.

Keywords: Sociocultural communication; art; sociocommunicative activity; cultural code; communicative competence; culture; personality