

5. Tatarinova L. (2022). Fiksovana cina na knigi: perevagi j nedoliki u minlivomu rinkovomu seredovishi. *Visnik Knizhkovoyi palati*, 11, pp. 10—17. doi: 10.362/2076-955.2022.11(316).10-17.
6. Tatarinova L. (2022). Notatki do pitannya opodatkovannya elektronnih knig u sviti. *Visnik Knizhkovoyi palati*, 10, pp. 6—10. doi: 10.362/2076-955.2022.10(315).6-10.
7. Onishuk M. I., Tatarinova L. V. (2021). *Industriya knigi u sviti: osoblivosti ta tendenciyi rozvitku* : monografiya. Kyiv: Lira-K, p. 26—31, 108—124, 187—199.
8. Raven J. (2001). The Conceptualisation of Competence. *ResearchGate*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/238793092_The_Conceptualisation_of_Competence.
9. Culture and Creativity. (2023). Available at: <https://culture.ec.europa.eu/cultural-and-creative-sectors/books-and-publishing>.
10. Literaturna premiya Yevropejskogo Soyuzu. (2019). *Kreativna Yevropa. Ukrayina*. Available at: https://creativeeurope.in.ua/p/eu_prize_for_literature.
11. Koval N. (2021). Ukrayinska knizhkova revolyuciya: chogo vimagati vid derzhavi i sho robiti dlya vizhivannya rinku. *Chitomo*. Available at: <https://chytomo.com/ukrainska-knyzhkova-revoliutsiia-choho-vymahaty-vid-derzhavy-i-shcho-robyty-dlia-vyzyvannia-rynku/>.

Надійшла до редакції 10 серпня 2023 року



СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 316.77:07](045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2023.8(325).18-22

Валентина Ільганаєва,

докторка історичних наук,

професорка, незалежна дослідниця

e-mail: ilganayeva.v@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8577-2442>

Когнітивна соціальна комунікація в єдиній медійній системі суспільства

У статті розглянуто умови становлення когнітивної комунікації, котру трактують як ознаку завершального етапу формування єдиної медійної системи суспільства. Зауважено, що поява технологій штучного інтелекту змінює звичні уявлення про здійснення комунікації. Проаналізовано наукові та культурні передумови переходу до нових правил і норм користування текстами як одиницями комунікування в єдиній когнітивній мережі медіапростору. Доведено необхідність посилення кооперативної когнітивної діяльності, що відповідає потребі в техніці здійснення цитації у формі запозичень, вибирання думок та інших когнітивних форм. Нові підходи до трактування тексту дають для цього певні підстави. Під час здійснення когнітивної комунікації набуває значення не лише перебування в одному інформаційному дискурсі, а й можливість наблизитися комунікаторам до збіжності думок на рівні інтерпретацій і намірів у суспільній свідомості та професійних колах.

Ключові слова: когнітивна комунікація; когнітивна мережа; комунікаційні предмети; когнітивна поведінка; свідомість; медіапростір

Постановка проблеми. Процеси інтелектуалізації медіапростору сучасного суспільства не залишають сумнівів у тому, що теоретичні прогнози щодо перспектив формування когнітивного рівня соціальної комунікації до теперішнього моменту повністю реалізовані. На кожному історико-культурному етапі зміни в комунікаційній сфері визначалися наявністю конкретного запиту суспільства на забезпечення соціальної взаємодії. У теперішній час людство перебуває не лише у просторі інформаційних потоків та єдиного інформаційного поля, а увійшло в якісно новий стан, що потребує зміни вектора комунікаційних відносин. У ньому втрачається звичне положення комунікаторів, за якого посередництво штучних способів взаємодії вибудовує ці відносини єднання на всіх рівнях взаємодії. Це

вектор позитивної конвергенції дій і взаємодії між комунікаторами, що визначаються переважанням загальних цілей і намірів над частковими (приватними). З'являються нові ознаки параметризації комунікації, правил використання та наслідування знань в умовах інтегрованого медіапростору. Постає завдання знову повернутися до розгляду якісних змін у предметній сфері комунікаційного процесу, що входить до розряду головного трансформаційного чинника. Це важливо з огляду на оновлення свідомості професійних комунікаторів і соціальної спільноти відносно процесів, що відбуваються завдяки інтеграційному стану медіа-системи суспільства.

У соціально-комунікаційній теорії предметність діяльності пов'язується з формами подання

інформації та знань у комунікаційних каналах. Зміни предмета соціально-комунікаційної діяльності синхронізовано зі змінами соціокультурних завдань забезпечення потреб в інформації та знаннях, технологіями роботи з ними, структурно-функціональними трансформаціями організації комунікацій. Послідовна поява мови, писемності, друку, інформаційних систем стала рушійною силою, що запускала механізм взаємодії в суспільстві [1]. Різноманітні способи закріплення соціального досвіду та успадкування інформації, які є відмінною рисою людської істоти від інших представників живої природи, забезпечують індивіду здатність і можливості робити вибір щодо траєкторій свого розвитку й сенсу життя.

Мета статті — виявити особливості когнітивної комунікації, головним чинником становлення якої є чергова зміна предмета комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. З появою новітніх медіатехнологій було подолано попередній інформаційний рівень комунікаційної взаємодії. Когнітивний рівень комунікації не обмежується лише передаванням інформації, її накопиченням, особливими правами володіння й споживання. Він підпорядкований дії закону інтеграції в системі комунікації для досягнення динамічного рівноважного стану соціуму [2]. Розширення комунікаційного простору людини завдяки технічним засобам і технологіям інтелектуальних мультимедіа дає авторці змогу стверджувати, що глобальний цикл розвитку системи соціальних комунікацій фактично завершився. Трансформаційних станів досягли всі традиційно визнані елементи комунікаційного процесу, що охоплюють мету, комунікаторів, наміри, контент і бажаний результат. Водночас не залишаються незмінними й учасники комунікаційного процесу. Утворений глобальний медіапростір відкрив можливості залучення великих мас людей до комунікаційної взаємодії. Повною мірою це стосується як населення планети, так і професійних комунікаторів (журналістів, блогерів, стрімерів, тіктокерів тощо), інституційних соціальних суб'єктів (медіа, у тому числі електронних організацій), що репрезентують різні сфери та рівні соціальної діяльності (інституційних власників медіаресурсів, які керують або прагнуть керувати контентом).

Представники різних наукових шкіл і об'єднань учених намагаються знайти спільний корінь розв'язання проблем розуміння та налагодження рівноважної взаємодії агентів комунікації. Ключовими моментами пошуку стали з'ясування поведінкових реакцій комунікаторів, досягнення когерентних станів аудиторій, факти сингулярності в медіапросторі суспільства, у тому числі в

полі наукового знання на основі зближення даних, інформації та знань. Зокрема, можна назвати теорію інтелектуального й когнітивного походження людей і еволюції їх пізнання та культури (або теорія когнітивної еволюції людини) [3], а також теорію розуміння чужої свідомості [4]. Сферою експериментування з положеннями таких теорій стала практика створення систем і програм штучного інтелекту (ШІ), наприклад застосування ChatGPT від OpenAI, заснованих на досягненнях когнітивної психології та нейротехнологіях [5].

Залучення дедалі більшої кількості людей в інформаційні та когнітивні процеси, зміна характеру присутності користувачів у соціальних мережах стимулювали масові медіаторчість і медіапідприємство. Однак ці процеси висувають нові виклики для досліджень з погляду гуманітарних, технологічних, економічних та правових аспектів. Важливість цих заходів визначається межами допустимості впливу на суспільну та соціальну свідомість за рахунок превалювання кількісних показників поширення інформації й бажанням певних соціальних груп здобути та зберегти показники лідерства присутності в окремих каналах комунікацій і в медіапросторі. Крім того, монетизація інформаційно-комунікативної діяльності веде до ще більшого тиражування інформації в особистісних інтерпретаціях і перефразуваннях, дроблення й без того розтиражованих даних, інформації та знань. Взяти хоча б поширену практику клонування пакетів інформації в різних комунікаційних каналах, генерування текстів за допомогою чат-ботів. Розростання соціальних мереж також веде до дублювання інформації та її фрагментації, а норми й правила володіння та привласнення когнітивного надбання людства працюють на підтримку "лідерів думок". Зазначені тенденції віддзеркалюють можливість маніпулювання та управління контентом гравцями глобального медіаринку.

Інформаційний період соціальної взаємодії збагатив уявлення про предметність комунікації в її сутнісному та практичному використанні для створення загальноосвітніх інформаційних мереж і систем. Останні стали чинником інтеграційних процесів у світовій економіці, політиці, освіті, ринку праці та кадрів, дозвіллі й відпочинку, відкрилися нові можливості для взаємного збагачення культур, кращого взаєморозуміння між представниками різних країн і народів. Світ тісніше наблизився до якісно нового рівня розуміння єдності глобальної людської спільноти. Зміст і образ реальності, що транслюється в каналах комунікації та відображається у свідомості людей, накладаються один на одного,

створюючи при цьому особливу матеріально-ідеальну сферу. Це сфера суспільної взаємодії, в якій формуються потоки суспільної інформації, транслуються смисли, схеми, моделі, норми суспільних відносин, результати художньо-творчої, ігрової та іншої діяльності.

Використання поняття "предметність комунікації" у вивченні соціальної комунікації дає змогу простежити її форми, функції, технології. Нагадаємо, що основні предметні форми взаємодії, які є універсальними, мають власний особливий вияв у системах різної природи. До комплексу цих форм у соціальній системі відносимо: сигнал, знак, мову, документалізовані форми інформації (текст) і знання (у тому числі стійкі психічні структури (СПС), мислеформи, символічні образи тощо). Нині всі вони введені до поля культурологічних, психологічних (когнітивно-психологічних, нейропсихологічних, психосоматичних, лінгвопсихологічних) та інших міжпредметних комплексів вивчення мислення, свідомості та комунікації.

Умовне розмежування комунікативних предметів не має вводити в оману щодо системної цілісності явищ комунікаційної взаємодії. Розрізнення та класифікація комунікаційних предметів, виявлення їхніх особливостей потрібні дослідникам на шляху вивчення й пошуку:

— загальних для всіх комунікаційних способів і каналів можливостей досягнення цілей інформаційного обміну;

— пізнання медійних явищ і фактів для їх реєстрації, ідентифікації, спостереження, опису, а також адекватних способів їх технологізації;

— вибору методології та методів їх вивчення, опису.

Виходячи з цього, можемо відстежувати та здобувати докази або підтвердження гіпотези про те, що соціальна комунікація стає найвищою формою суспільної взаємодії. Водночас комунікація набуває чіткіших границь щодо контакту, спілкування (як обміну інформацією). Головною ознакою соціально-культурного еволюціонування предметів і форм соціальної взаємодії є ідентифікація станів суспільної свідомості і суспільних відносин. Ці стани визначаються, зокрема, ознаками інтегрованості взаємодії як наслідку виконання комунікацією своєї медіальної функції, якої досягають агенти соціальної взаємодії в суспільстві.

Когнітивна комунікація не може відбутися без встановлення єдиного поля інтерпретацій і розуміння смислів, переданих усіма доступними комунікаційними предметами інформації та знань. Їх медіальне призначення поступово реалізується за допомогою комунікаційних технологій, що також

еволюційно трансформуються. У зв'язку з цим слід переглянути підходи до трактування соціально-комунікаційної діяльності, правил параметризації предметів комунікаційної взаємодії, відбору та фільтрації інформації, цитування, правової оцінки поведінки агентів комунікації та правової основи когнітивної комунікаційної взаємодії. Вагомою умовою становлення нового рівня комунікації стало створення нейронних систем ШІ. Водночас важливо зауважити, що створення ШІ все ще засновано на лінгвістичних моделях, психохімічна та фізична природа яких пов'язується з субстанціональною частиною розумової діяльності людини. Ці самі моделі вчені також залучають до процесів функціонування свідомості на індивідуальному, колективному й соціальному рівнях.

Еволюційний аналіз предметності цих процесів на субстанційному рівні взаємодії дає змогу найоб'єктивніше знайти цьому безпосереднє підтвердження. Мультиmodalність комунікаційної сфери суспільства уможливила інтегральне з'єднання раціональності та чуттєвості когнітивних репрезентацій усього нагромадженого людством духовного досвіду, який розробники різних продуктів ШІ використовують, намагаючись олюднити інтелектуальну діяльність штучного мозку. Однак у всіх інфокогнітивних технопрогнозах ігнорується гуманістичний складник системної еволюції людства як єдиної системи, що, як і всі системи, спрямована до цілісності. Можливо не варто перебільшувати значення намірів розробників ШІ, з якими пов'язують появу інтелекту "розумнішого за людський". Погодимось з Н. Бостромом, що в надії на це є "величезна відповідальність та екзистенційні ризики для людства" [6].

У соціально-комунікаційній теорії предметність діяльності пов'язується з формами подання інформації та знань у комунікаційних каналах. Зміни предмета соціально-комунікаційної діяльності синхронізовано зі змінами соціокультурних завдань забезпечення потреби в інформації та знаннях, технологіями роботи з ними, структурно-функціональними трансформаціями організації комунікаційної роботи суспільства. Проте на увазі мається не тільки зазначене. Глобальним завданням медіасфери стає врівноваження пріоритетів індивідуального й групового інтересів щодо загальносуспільного. При цьому більшість соціальних "архітекторів" ігнорує той факт, що і дійсність, яка відтворюється інформацією та знаннями, які насичують канали комунікації, і реальність, яка задається штучними когнітивними інструментами, залежать від їхніх намірів і цілей.

З огляду на викладене, особливої уваги потребує поняття "текст", яке в соціально-кому-

нікаційній теорії набуло значення предмета комунікації. У пошуках комунікаційного призначення тексту у працях плеяди видатних науковців-гуманітаріїв ХХ ст.: Р. Барта, Ж. Бодріяра, Ж. Делеза, М. Фуко, М. Бахтіна та багатьох інших — було досягнуто розуміння його природи. Текст вже розглядається як єдність змісту й засобу його відтворення, що формує цей зміст. Тобто текст у будь-якому вигляді утворює інтегральну форму трансляції смислу нової реальності, що продукується автором і вноситься до медіасфери суспільства. Це стосується виключно всіх текстових форм, у тому числі художніх (фікшн), мемів, меседжів, висловлювань медійних персон, що використовуються в сучасному медіапросторі. Отже, текст уже визначається як форма, що набула якості максимальної одиниці мови в найвищому рівні семіосфері як мовної системи, без якої неможливе збереження, збагачення людської культури, передавання її скарбів через багато поколінь. У цьому вбачаємо розкриття сенсу поняття "нескінченний текст" Ю. Крістевої, який втілюється в новій віртуальній комунікаційній реальності [7].

Нові уявлення про текст виявилися більш зрозумілими останніми роками, коли поглибилися уявлення про єдність системи пізнання, до якої належать мислення, свідомість, пам'ять і мова. У контексті вивчення тексту і його зумовленості культурою було визначено проблему наслідування знань, цитатій та інтертекстуальності. Різні підходи та теорії в межах культурології, лінгвістики, психології в колі цієї проблематики мають прямий стосунок до досліджень і розробок штучного інтелекту та нейронних мереж, зокрема теорії розуміння чужого мислення К. Фрістона [4] і теорії М. Дональда [3].

За теорією К. Фрістона, у спілкуванні процес будується на обміні когніціями або мислеформами. Власне процес є подібний до обміну сенсорними сигналами, що мають енергетичну (фізичну) природу.

У теорії М. Дональда розглядається вже культура обміну думками, що утворює простір виникнення когнітивних спільнот, у яких формується кооперативна когнітивна робота в межах розподілених когнітивних мереж.

У комунікаційних ситуаціях сучасності текст входить до нових відносин у мережах на основі прозоріших діалогічних зв'язків між текстами, що генеруються авторами та користувачами й відстежуються спеціальними програмними засобами. Традиційно ми мали справу з чіткими правилами цитатій, що потребували прямого посилення на текст іншої особи (автора). Особливо це стосувалося наукових текстів. Але практика

цитатій дозволяє також непряме цитування, коли смисл або контекст думок іншого автора передається своїми словами. Ми стаємо свідками процесу відтворення практики прямих запозичень, вбирання думок (за Ю. Крістевою). Власне тексти явно або неявно складаються з нескінченних потоків цитатій (теорія "чужих слів" М. Бахтіна). У такому форматі відбувається життя думок, що центруються в певному дискурсивному потоці. У практиці мережевого використання текстів у формі постів і репостів часто втрачається первинне авторство сформованої думки, судження, сенсу посилення.

Медіапростір постає як потік запозичень, що відповідає потребам комунікаторів долучитися до процесу кооперативної когнітивної роботи, відфільтрувати необхідну інформацію для висловлювання особистих думок та думок і смислів. У такій формі цитування схоже на перетинання у взаємодії ідей, що утворює нові можливості генерування нових текстів у певному дискурсі та ціннісному векторі. Таке розуміння роботи в текстуальному середовищі означає можливість свідомо шукати перспективу спільного для комунікаторів змісту.

Висновки. Інтелектуалізація й когнітивізація комунікаційних відносин стала саме таким запитом, котрий, як і в попередні епохи, безпосередньо пов'язаний із новітніми технологічними змінами у сфері комунікацій та якісними змінами всіх складників комунікаційного процесу. Когнітивний рівень комунікаційних відносин є завершальною стадією системного розвитку медійної системи суспільства. Він відбиває становлення системно-інтеграційного рівня розвитку соціальної системи загалом. Зміни в розумінні тексту, інформації, знання як предметів комунікації значно розширює можливості пізнавальної діяльності індивідів, що робить розмежування індивідуальної розумової діяльності більш здатною до інтеграції з іншими у просторі єдиної суспільної свідомості. Перед практиками та користувачами медіасфери знову постають питання інтелектуальної власності, критеріїв оцінювання новизни, доступу до ресурсів, прозорості щодо намірів і правил використання знань.

Текстова або документальна предметність в нових умовах соціальної взаємодії не лише зберегла, а й примножила своє значення. Побудова тексту повідомлень відповідно або в опозиції до певної світоглядної платформи дає змогу подолати індивідуальні межі свідомості окремих агентів комунікації, створюючи колективні матриці думок, індивідуально-групових або масових когнітивно-чуттєвих реакцій учасників комунікаційної взаємодії. А формування свідомості комунікаторів (автора

й читача/споживача) налагоджує зв'язок між ними, що забезпечує можливість залучення їх спільного розуміння, відчуття до пласта суспільної або професійної свідомості. Тому слід дотримуватися певного розуміння того факту, що когнітивна комунікація — це нелінійні мовні зв'язки й мережі зв'язків, які створюють вузли збіжності думок, мислеформ, намірів, почуттів, що відображаються у свідомості комунікаторів. Це досягнення комунікаційної єдності у віддзеркаленні світу інформації, світу мови та образів, які породжуються цією єдністю.

Отже, становлення когнітивного рівня комунікації — це наслідок формування запиту всієї

соціальної системи та розгортання нового рівня культури людства, де часткове або групове потребує покриття загальним консенсусом заради досягнення загального рівноважного, стабільного стану й розвитку. З цього випливає важливість розуміння сучасності як належності до єдиного смислового простору, що поєднує суспільних агентів в усвідомленні загальних цінностей, а їхнє повсякденне життя наповнює "динамічною інтелектуальною рефлексією". У такому разі матимемо надію, що попереду є можливість певного вибору, який не дасть людині розчинитися в несвідомому слідуванні готовим зразкам поведінки.

Список бібліографічних посилань

1. Cole M. Culture and cognitive science. *Outlines. Critical Practice Studies*. 2003. № 5 (1). P. 3—15. URL: <https://doi.org/10.7146/OCPS.V5I1.2159>.
2. Ільганаєва В. Соціальна взаємодія в інтегральному розвитку суспільства. *Вісник Книжкової палати*. 2022. № 5. С. 20—25. DOI: 10.36273/2076-955.2022.5(310).20-25.
3. Donald M. Human cognitive evolution: what we were, what we are becoming. *Social Research: An International Quarterly*. 1993. № 60. P. 143—170.
4. Friston K. J., Veissière S. P. L., Constant A., Ramstead M. J. D., Kirmayer L. J. Thinking through other minds: A variational approach to cognition and culture. *Behavioral and Brain Science*. 2019. DOI: 10.1017/S0140525X19001213. PMID: 31142395.
5. ChatGPT. *Wikipedia. The Free Encyclopedia*. URL: en.wikipedia.org/wiki/ChatGPT.
6. Bostrom N. Existential risks: analyzing human extinction scenarios and related hazards. *Journal of Evolution and Technology*. 2002. № 9 (1).
7. Крістева Ю. Семіотика: Дослідження з семіаналізу. Москва : Академічний проєкт. 2013. 285 с. (російською).

Valentyna Ilganayeva,

Doctor of Historical Sciences, Professor, Independent Researcher

Cognitive social communication in a single media system of society

The article discusses the conditions for the formation of cognitive communication. It is interpreted as a sign of the final stage of the formation of a unified media system of society. In the article is noted that the emergence of artificial intelligence technologies change the usual ideas about the implementation of communication. Scientific and cultural prerequisites for the transition to new rules and norms for using texts as units of communication in a single cognitive network of the media space are considered. There is an increased need for cooperative cognitive activity, which corresponds to the need for a technique for performing citation in the form of borrowing, absorbing thoughts and other cognitive forms. New approaches to the interpretation of the text give certain grounds for this. In the implementation of cognitive communication, it is important not just to be in one information discourse, but also to be able to bring communicators closer to the convergence of opinions at the level of interpretations and intentions in the public consciousness and professional circles.

Keywords: cognitive communication; cognitive network; subjects of communication; cognitive behavior; consciousness; media space

References

1. Cole M. (2003). Culture and cognitive science. *Outlines. Critical Practice Studies*, 5 (1), pp. 3—15. Available at: <https://doi.org/10.7146/OCPS.V5I1.2159>.
2. Ilganayeva V. (2022). Socialna vzayemodiya v integralnomu rozvitku suspilstva. *Visnik Knizhkovoyi palati*, 5, p. 20—25.
3. Donald M. (1993). Human cognitive evolution: what we were, what we are becoming. *Social Research: An International Quarterly*, 60, pp. 143—170.
4. Friston K. J., Veissiere S. P. L., Constant A., Ramstead M. J. D. & Kirmayer L. J. (2019). Thinking through other minds: A variational approach to cognition and culture. *Behavioral and Brain Science*. doi: 10.1017/S0140525X19001213. PMID: 31142395.
5. ChatGPT. (2023). *Wikipedia. The Free Encyclopedia*. Available at: en.wikipedia.org/wiki/ChatGPT.
6. Bostrom N. (2002). Existential risks: analyzing human extinction scenarios and related hazards. *Journal of Evolution and Technology*, 9 (1).
7. Kristyeva Yu. (2013). *Semiotika: Doslidzhennya z semianalizu*. Moskva: Akademichnij proyekt [in Russian].

Надійшла до редакції 4 серпня 2023 року