
*О.О. Сусська,
кандидат філологічних наук,
доцент факультету соціальних наук
і соціальних технологій НаУКМА*

МОДЕРНІЗОВАНІ ТА ТРАНСФОРМОВАНІ СУСПІЛЬСТВА МІЖ «КРАХОМ» КОМУНІКАЦІЇ І ФУНКЦІОНАЛОМ «СУСПІЛЬСТВА ЗНАНЬ»

Ера «всемогутніх» медіа завершилася. Хоч як це і парадоксально, за часом це збіглося з розпадом СРСР і встановленням нового, більш технологічного порядку в інформаційному просторі. Змінилися й стали більш цілеспрямованими можливості застосування інформаційних технологій. Значно зросла роль «акторів» (Ю. Габермас) як суб'єктів комунікативних процесів, і самі умови комунікативного контакту в сфері масової комунікації почали обслуговувати інші завдання. Пропагандистські моделі комунікації повернулись на призначені для них місця – в галузі реклами та електоральної діяльності. Інші, більш персонально орієнтовані моделі масової комунікації зайняли своє місце у максимально інтерсуб'єктних (переважно політичних) ток-шоу, а також масових розважальних телевізійних шоу різної тематики й спрямованості. Паралельно з цими процесами посилилась атрибутивність мас-медій, які поступово почали перетворюватись з колись «всюдисущих» могутніх медіа на предмет, певний атрибут, без якого суспільство не може існувати. Вектор, що допомагає за цих умов визначити соціальні диспозиції особистості, сприяє самовизначенню [10], формуванню свідомого ставлення до себе і свого інформаційного вибору, що поступово зміщується в бік персоніфікованих комп'ютерних мереж, віднині домінує не в сфері класичних традиційних медіа, а в соціальних мережах.

Інформаційний вибір аудиторії електронних медіа стає більш технологічним, потребує значущіших навичок, відмінних від звичайного включення телевізора або радіоприймача. Ті, хто не бажає чи з якихось причин не може оволодіти цими навичками та використовувати нові технічні пристрої і їх можливості, опиняються «аутсайдерами» й відчують на собі всі негативні наслідки відчуження та інформаційної нерівності. Німецький соціолог Карл Х. Гьорнінг (Karl H. Goring) підкреслює, що саме практичне знання навчає

дії. Це розуміння впливає з самої дії, практичне знання потребує, передусім, «знати, як» (практичної здатності), всупереч «знати що», як виразному формулюванню, що теоретично обґрунтовує таку можливість [17, 227], тим самим наполягаючи на «повторному відкритті практичного знання» [Ibid].

Проте стратифікація суспільства набирає все більш залежного від існування технологій характеру. Критичність учених щодо надто схвальних артикуляцій на адресу розвитку технологій також пов'язана з викриттям певних залежностей. Так, Ханс-Дітер Кюблер у своїй книзі «Міфи про суспільство знань» зауважує, що «деякі суспільні трансформації можна трактувати як неминучі наслідки індустріального суспільства, яке перебуває в процесі постійного перетворення», а відтак «сформульовані висновки щодо майбутнього «суспільства знань» скоріше є привабливими гаслами, ніж серйозними результатами» [3, 179]. Згідно з Р.Робертсоном [18], який був одним із провідних соціологів глобалізації, дається взнаки й «суспільство дозвілля», особливо через значну кількість людей, проблемою яких є необхідність визначити, як, чим зайняти свій вільний час, навіть за умови наявності постійної роботи.

Теорія «інформаційного суспільства» на багато років наперед визначила ставлення до цього конструкту як позитивного. Термін «інформаційне суспільство» застосовується для позначення особливого виду суспільної формації пізніх етапів постіндустріального суспільства як нової ери розвитку людської цивілізації. Найбільш яскравими представниками цього напрямку були: А. Турен, П. Шрайбер, М. Понятовський, М. Хоркхаймер, Ю. Габермас, Н. Луман, М. Мак-Люен, Д. Белл, А. Тоффлер, Д. Масундата ін. Як основна умова формування інформаційного суспільства розглядаються високотехнологічні інформаційні мережі, що діють у глобальних масштабах. Інформація розглядається як специфічний товар, основна соціальна цінність суспільства.

Основою теорії інформаційного суспільства є концепція постіндустріального суспільства, розроблена американським соціологом Д. Беллом [3]. Завдяки теорії інформаційного суспільства доктрина набрала широкого розвитку в період комп'ютерного буму 1970–1980-х років. Американський культуролог Елвін Тоффлер у книжці «Третя хвиля» заважив, що світ вступає в нову, третю стадію цивілізації, в долі якої вирішальну роль відіграватимуть інформаційні, демасифіковані засоби зв'язку, основу яких становитимуть

комп'ютерні системи, що з'єднують приватні будинки з усіма зацікавленими суб'єктами комунікацій [14]. Інформація перетворюється на найдорожчий товар, революційним перетворенням піддаються й самі засоби комунікації, а мас-медіа – на потужний стимул для споживання інформації та її оцінювання, на соціальний інститут для розвитку комунікативних технологій.

Ефективність обміну інформацією і всього процесу комунікації багато в чому залежить від пізнаваності суб'єктами комунікації предмета обговорення (обміну інформацією) та комунікативної компетентності. Це стосується передусім комунікацій, що мають метою обмін науковою інформацією, тобто наукові комунікації. Можливості пізнання одного і того об'єкта щодо одного і того самого предмета для різних сторін наукової комунікації неоднакові. Пізнання існує в межах пізнавальної діяльності індивідів. Індивіди в процесі пізнання користуються об'єктивно виробленою попередніми поколіннями системою знань. Причому в процесі освоєння знань познаний на чуттєвому, розумовому, емпіричному і теоретичному рівнях у сторін спілкування може дуже істотно відрізнятися. Одні більшою мірою сприймають знання, інформацію, здобуті за допомогою сприйняття, уявлення, тобто те, що пізнається невіддільними від суб'єкта об'єктивними механізмами. Інші краще сприймають (і, відповідно, більше їй довіряють) текстову інформацію або відомості, здобуті за допомогою речей, що розміщуються поза індивідом, але несуть в собі соціально-культурний зміст [7]. Ті й інші так чи інакше змушені робити певні припущення, що дають можливість розглядати пізнавальний результат як знання, що виражає реальне, справжній стан речей. Емпіризм у поєднанні з певними допущеннями про реальність і її властивості дає можливість припустити, що отримана і усвідомлена інформація про пізнаваного об'єкта є не плодом психічного переживання суб'єкта, а відображає певні об'єктивно наявні сутності.

Відповідно до викладеного погляду, теорія мінімального пізнання – це розділ теорії пізнання, застосований для визначення порогу пізнаваності досліджуваного явища, що являє собою об'єкт взаємних інтересів усіх суб'єктів комунікативного процесу [2, 3, 6]. Теорія мінімального пізнання аналізує підвалини, що дають можливість визначити мінімальний поріг пізнання, за межами якого неможливо дійти висновку про те, що отриманий результат відображає справжній стан речей. Звідси випливає, що, вступаючи в процес комуніка-

тивної взаємодії, сторони роблять припущення, нібито абсолютно достовірного знання не існує; суб'єкти комунікації вибирають вихідний пункт, що дозволяє оцінити ці знання за мірою цінності їх для суб'єктів комунікації. Вибір шляхів розв'язання завдання взаємного розуміння за умови збереження мінімального порогу пізнаваності являє собою вибір методів пізнання, які застосовуються для всіх сторін процесу обміну інформацією. Принцип збігу передумов пізнання включає в себе ідентичність припущень про реальність та її властивості (онтологізм) і пізнаваності об'єкта (гносеологізм). Адекватність гносеологічної інтерпретації принципів пізнання в поєднанні з онтологічним змістом теоретичних понять, якщо припустити, що комуніканти володіють необхідним мінімальним пізнанням, дозволяє комунікативний процес зробити науково обгрунтованим, а результат наукових комунікацій – об'єктивним.

Культурологічний напрям і в теорії пізнання, і в комунікативістиці ставить завдання вивчення комплексу різних явищ у глобальному інформаційному просторі, щоб підтримати культурно-просвітницькі функції мовних засобів комунікації, підвищити їх роль у збереженні мовних та літературних цінностей у розмаїтті національних культур. Саме в цьому наявні тісні кореляції з відповідними ідеями соціології знання. Концепція культурного плюралізму обгрунтовує необхідність збереження безлічі етнічних культур на протигагу культурному колоніалізму.

Теорії нонкомунікації дотримуються деструкціоналістської орієнтації. Вони песимістично ставляться до комунікативних можливостей сучасних мас-медіа. Нонкомунікаціоністи звинувачують сучасні медіа в зануренні аудиторії в міражі, перетворення її в інертну безвольну масу, об'єкт маніпулювання, приведення її до відмови від волевиявлень і оновлень у комунікативних процесах. Натомість прибічники функціонального та конструктивного ставлення до «суспільства знань» (включаючи Н. Лумана, Е. Гідденса і навіть Ю. Габермаса, якого можна вважати предтечею цього напрямку) завжди підкреслювали, що зацікавленість в здобутті інформації втілюється в *інформаційному інтересі*, який постає як така усвідомлена мета комунікативного контакту з продукцією ЗМК, що продиктована певною потребою і лежить в основі *комунікативної дії*, становить її рушійну силу та може реалізуватись за допомогою засобів, наявних (доступних) для її суб'єктів. Останнє цілком відповідає саме габермасівському розумінню життєвого світу, як комунікативно

природженому досвіду, що становить поле взаємності, адже «життєвий світ є немовби трансцедентальним місцем (Ort), в якому зустрічаються мовець і слухач» [16, 192].

Сучасна ситуація в медіакомунікативній сфері постіндустріальної доби складається в умовах небаченого раніше рівня індивідуалізації комунікативних контактів, згідно з намірами та діями «персоніфікованих суб'єктів» медіакомунікацій. Водночас стає все більш актуальною потреба в подоланні методологічного дисонансу між теоретичними та емпіричними складовими соціологічної науки в царині пошуків адекватних теоретико-методологічних засад концептуалізації новітніх проявів комунікативної взаємодії, зокрема суб'єктних аспектів медіакомунікації, суттєвих змін у можливостях формування інформаційного поля як актуального середовища відображення та інтерпретації соціальної реальності.

Напрацювання з вищезгаданих проблем представлені різними аналітичними напрямками, починаючи із загальної стратегії раціоналізації (насамперед – інформаційного виробництва), що була найхарактернішою для розвою паростків інформаційного суспільства (Д.Белл, Е.Тоффлер, Ф.Фукуяма), стратегії делокалізації (Р.Робертсон), системного підходу дочинників сприймання навколишнього світу та вивчення способів віддзеркалення образів і конструктів «реальності мас-медіа» (Н.Луман) і симулякрів «гіперреальності» (Ж.Бодрійяр), які не можуть не викликати спротиву на суб'єктному рівні, адже сприяють поступовій втраті ідентичності, маркуванню медіаландшафту під певні типи масових аудиторій (Ю.Габермас, Н.Больц). З огляду на теоретизування в галузі раціонального конструктивізму, постструктуралізму та «нової соціології наук» (Ж.Бодрійяр, Р.Барт, Ю.Гелтон, Б.Латур, М.Каллон, Я.Пітерзе та ін.), де концепти віртуального простору аналізуються з точки зору контакту між простором потоків і простором місць, під час пояснення діяльності індивідів змінюються вектори перегляду існуючих суспільних структур, наближених максимально до засад сучасного «суспільства знань». Проте, використовуючи набутки структурно-функціональних підходів Т.Парсонса, Дж.Міда й Р.Мертонса, феноменологічних підходів (Г.Гуссерль, Е.Гарфінкель, Н.Еліас, І.Гофман) та вивчення макрокомунікативних просторів представниками постнекласичної парадигми (Дж.Александром, З.Бауманом, П.Бурдьє, Є.Вятром, Е.Гідденсом, Н.Луманом, П.-Ф.Лазарсфельдом та ін.), можна переконатись, що «міф» про суспільство знань є тим самим

«зануренням у міражі». Як зазначає Х.Д.Кюблер, «щонайменше теоретично можна уявити дію без знання, навіть якщо це не навички, а тільки чергова реакція, це можна кваліфікувати як інтуїцію. Лишається лише уявити те знання, яке не призводить до дії або навіть може її гальмувати, – звичайно визначене як «мертве знання». Той, наприклад, хто знає надто багато для певних ситуацій, більше не наслідуються діяти стихійно або ризиковано» [3, 128].

Відповідність особливостей соціальних диспозицій «акторів» актуальних комунікативних практик до продукування власного досвіду перебування в інформаційному просторі (зокрема, формування власного інформаційного поля) робить сучасний процес комунікацій на всіх рівнях певною інтерпретованою особисто «демонстрацією» включення до «суспільства знань».

Єдиною серйозною вадою, що зумовлює сьогодні розбіжності між побічниками «комунікативних начал» та «функціоналом» суспільства знань, є наявна комунікативна асиметрія медіадискурсу, що посилюється в умовах розбіжності між ціннісно-смысловими установками «інституціоналізованого комунікатора», орієнтованого на інтереси влади й ринку, та особистими диспозиціями персоніфікованого суб'єкта медіаконікацій, для якого вміння спілкуватися – основна складова комунікативної компетентності. Йдеться про здатність встановлювати і підтримувати необхідні контакти з людьми, про готовність особистості до спілкування відповідно до цінностей, установок і адекватних умінь. Ефективність обміну інформацією, що викликає ті чи інші дії, залежить саме від комунікативної компетентності. Причому, як ключовий механізм соціальної взаємодії людей, вона виявляє себе на всіх рівнях соціокультурної організації суспільства [10].

Очевидно, сутність і природа пізнання мають соціальний характер і пізнаються в предметно-практичній діяльності, а людина, залучена в соціальне життя, використовує суспільно вироблені форми пізнавальної діяльності. Навіть отримані емпіричні дані утворюються внаслідок застосування теоретичних положень для опису змісту досвіду. Досвід водночас є результатом активної практичної, чуттєво-предметної діяльності. Німецький соціолог Карл Гьорнінг зауважує, що «в соціальному плані внаслідок впровадження техніки виник новий вимір влади. Мова, знання, та компетенція спілкування набувають все більшого значення; цей процес відбувається тим інтенсивніше, чим швидше виходять на перший план у суспільному

житті сфери обміну та обігу завдяки розвитку та вдосконаленню інформаційних і комунікаційних технологій» [17, 92].

Згідно з відомими постулатами, напрацьованими соціальною психологією та соціологією комунікацій, базовими складовими комунікативної компетентності слід, щонайменше, вважати: а) вміння вступати в комунікацію з іншими людьми (комунікабельність), постійно підтримуючи з ними потрібні контакти, б) володіти та вміти оперувати такою смисловою інформацією [8], яка характеризує як загальну, так і професійну ерудицію суб'єкта, незалежно від сфери його діяльності.

Все це вимагає, виходячи з суспільної практики, давати цілісне, що систематично розвивається, знання про закономірності дійсності, ґрунтуючись на множинностях первинних припущень, постулатів, аксіом. Одним із таких припущень, що дозволяють привести до спільного знаменника всі сторони науково-комунікативного процесу, становить вже згадана теорія мінімального пізнання.

Сьогодні соціологічна та соціокомунікативна теорія, завдяки зусиллям автора даної статті, оперує поняттям «інформаційного поля суб'єкта медіакомунікацій», що дало змогу включити до внутрішнього «ландшафту» науково-комунікативного процесу (про який йшлося вище) так звані «структурні реєстри» (відтворені концепцією інформаційного поля), а саме: відповідність його комунікативному типу, інтересам, потребам, ціннісним настановам суб'єкта, змістовим запитам та особистісним диспозиціям «акторів» у процесі інформаційного обміну [12].

Структура інформаційного поля персоніфікованого суб'єкта як наукового конструкту, який, по-перше, спростовує тезу про «крах» комунікації (адже розглядається на тлі поширення нової культури медіа завдяки розвитку партиципаторної журналістики, блогерингу, участі в соціальних мережах тощо); по-друге, включає віяло евристичних можливостей суб'єкта щодо рівної спроможності участі в мережах, товариствах та групах, які надають множинності засобів аудіовізуальної персоніфікації (що раніше могло застосовуватись лише в телебаченні), багаторівневості персоніфікованого інформаційного обміну та ін. І хоча така модель є дещо ідеальною, вона суттєво розширює соціокультурний та безпосередньо смисловий контексти [10], які стають (що підкріплено аналізом емпіричних даних) підвалинами для подальшого використання технологічних механізмів та вияву евристичних можливостей персоніфікованого

суб'єкта під час створення власного інформаційного поля.

Прибичники «краху» комунікацій майже виключають потенціал суб'єкта комунікацій, надаючи перевагу процесам модернізації та трансформації, які нібито підпорядковують собі індивіда, повністю руйнуючи його власні настанови. Згідно з Х.-Д. Кюблером, «вони відтворюють дійсно технократичні позиції, які пов'язані із умовами їхнього функціонування. ...Пропонуються різноманітні думки, відповідно до яких нове сприймається чи то як неминуче, чи то специфічне для певних галузей використання, також стосовно тематизації нових технологій засобів інформації висловлюються пропозиції щодо обґрунтування необхідності розширення сфери компетенції засобів інформації, сьогоденної залежності від комп'ютерної грамотності» [3, 214–215].

Розглядаючи специфічні риси (в повноті парадигми проявів) комунікативного процесу в комп'ютеризованому мас-медійному просторі, підкреслимо, що система масової комунікації продовжує виконувати в суспільстві роль домінуючого каналу «циркуляції інформації». Користування традиційними медіа (порівняно з користуванням Інтернетом) не полишає домінуючих позицій у розподілі часу (бюджеті часу робочого та вихідного дня) [9]. І хоча тут присутня певна двозначність поняття «медіатизації» комунікацій, цей термін допомагає науково з'ясувати ті виклики, що постають перед реципієнтом мас-медіа на шляху до набуття повноти рис і функцій персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій. «Хіба не на цьому *mutatis mutandis*» (ставить риторичне питання С. Жижек), ґрунтується нинішня, що все більш прогресує, комп'ютеризація нашого повсякдення, впродовж якої «суб'єкт стає також все більш і більш «медіатизованим», непомітно позбавленим своєї могутності під фальшивим обрисом її нарощування?» [1]. Саме через цю «радикальну двозначність» кіберпростір впливає не тільки на повсякденне життя у середовищі технологій, під цим впливом опиняється також соціальне враження від того, що готує користувачу «занурення» в безмежність цього кіберпростору. Вибудовується певна парадигма відношень з простору мас-медій із кіберпростором, як його частиною. За таких умов структурними принципами створення власного інформаційного поля (як нового комунікативно-смыслового конструкту) виступають лінгвістичні, соціопсихологічні та соціокультурні особливості, які досліджуються автором в рамках міждисциплінарного підходу [11]. Відповідність до диспозицій та соціологі-

чних проєкцій особистості в інформаційному просторі зумовлює певну «ідеальність» персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій як наукового конструкту, набуття ним інших статусів (в т.ч. статусу «медійної особистості»), а також контамінацію цих статусів. Але, на відміну від попередньої «модерної» доби, персоніфікований суб'єкт онтологічно «озброєний» знаннями, технологічними навичками, фільтрами смислової селективності.

Сучасне протиборство (ідеальне за своєю суттю) між потенційною загрозою «краху» комунікацій та уявним наступом «суспільства знань» пов'язане також з такими категоріями, як нелінійність і множинність, хоча не виключає й таких раціональних конструктів як правила організації комунікаційних потоків та ресурси (економічні і фінансові), що поєднують його з принципами організації інформаційного простору в цілому. Отже, інформаційне поле озброєного знаннями персоніфікованого суб'єкта медіакомунікацій сьогодні становить власноруч сформовану частину інформаційного простору, яка акумулює (через диспозиційні характеристики суб'єкта) його інформаційні запити, інтереси і потреби й зумовлює фігурації відповідності смислових характеристик комунікативному типу, потенціалу інтенцій, хронотопності або діатопності – відповідно до «стратегічного часу» (Ж. Делез) та інших «структурних реєстрів». Використовуючи відому тезу А. Шютца, що саме досвід створює довіру до того, що в реальному соціальному світі існують певні константи, хоча періодично і «з'являється певна невизначеність, яка вимагає тлумачення, подекуди модифікації» [3, 121], можна передбачити потенційний консенсус між сучасною напруженістю модернізації та трансформації суспільств і відповідними зрушеннями в комунікаційній та інтелектуально-освітній сферах, що формують наукові підвалини «суспільства знань».

ЛІТЕРАТУРА

1. *Жижек С.* Матрица – истина преувеличений. [Електронний ресурс]; Режим доступу: http://www.koob.ru/zhizhek_s/
2. *Костенко Н.В.* Смислова сегментація соціуму // Смислова морфологія соціуму. – К., 2012. – С.295–312.
3. *Кюблер Х.-Д.* Міфи про суспільство знань. – К., 2010. – 264 с.
4. *Мартен Д., Мецжер Ж.-Л., П'єр Ф.* Соціологія глобалізації. – К., 2005. – 302 с.

5. Мониторинг информационного общества и общества знаний: статистические данные. – СПб, 2004. – 126 с.
6. Парсонс Т. Система современных обществ. – М., 1997. – 270 с.
7. Польве Б. Когнитивный капитализм на марше // Политический журнал. – 2008. – №2(179). URL: <http://www.politjournal.ru/index.php?action=Articles&dirid=67&tek=7917issue=213/>.
8. Ручка А.О. Мас-медіа і культура в контексті соцієтальних перетворень // Українське суспільство на порозі третього тисячоліття: [кол. моногр.] – К., 1999.
9. Скокова Л. Культурно-дозвілєві практики населення: зрушення останніх десятиліть // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2015. – №4. – С. 72–99.
10. Суська О.А. Социологические проекции личности: интерпретация – персонализация – виртуализация. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademiker Verlag GmbH & Co. KG, 2014. – 132 с.
11. Суська О.О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору аудиторії в умовах сучасного соціокультурного середовища. – К., 2003.– 188 с.
12. Суська О.О. Персоналізація інформаційного обміну. – К., 2013. – 256 с.
13. Тапскотт Дон. Електронно-цифрове общество. – К.: М., 1999. – 432 с.
14. Тоффлер Е. Третя хвиля. – К., 2000. – 453 с.
15. Турен А. От обмена к коммуникации: рождение программируемого общества // Новая технологическая волна на Западе. – М., 1986. – С. 410–430.
16. Habermas J. Theorie des Kommunikativen Handelns. B.2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. – Frankfurt a. M., 1981.
17. Hürning Karl H. Experten des Alltags. Die Wiederentdeckung des praktischen Wissens. Weilerswist, 2001.
18. Robertson R. Globalisation: Social Theory and Global Culture. – London, 1992.

Суська О.О. Модернізовані та трансформовані суспільства між «крахом» комунікації і функціоналом «суспільства знань».

Йдеться про комунікативну взаємодію в модерних та трансформованих суспільствах в рамках дискусій про «крах» комунікацій та функціональні особливості (вади та позитивні елементи) «суспільства знань».

Суб'єкти комунікації засвоюють знання, інформацію, здобуті за допомогою сприйняття, уявлення, тобто те, що пізнається і є невіддільними від суб'єкта об'єктивними механізмами. Інші краще сприймають і, відповідно, довіряють більше текстовій інформації або відомостям, отриманим за допомогою речей, що розміщуються поза індивідом, але містять у собі соціальнокультурний зміст.

Ефективність обміну інформацією і всього процесу комунікації багато

в чому залежить від пізнаваності суб'єктами комунікації предмета обговорення (обміну інформацією) та комунікативної компетентності. Це стосується, перш за все, комунікацій, що ставлять метою обмін науковою інформацією, тобто наукових комунікацій.

Ключові слова: комунікація, суспільство знань, модерність, трансформація, інформаційний обмін.

Сусская О.О. Модернизированные и трансформированные общества между «крахом» коммуникации и функционалом «общества знаний».

Речь идет о коммуникативном взаимодействии в современных и трансформационных обществах в рамках дискурса о «крахе» коммуникаций и функциональными особенностями (недостатках и позитивных элементах) «общества знаний».

Субъекты коммуникации усваивают знания, информацию, полученные с помощью восприятия, воображения, то есть то, что познаётся и является неотъемлемыми от субъекта объективными механизмами. Другие лучше воспринимают и, соответственно, доверяют больше текстовой информации или сведениям, полученным с помощью вещей, находящихся вне индивида, однако несут в себе социально–культурное содержание.

Эффективность обмена информацией и всего процесса коммуникации во многом зависит от познаваемости субъектами коммуникации предмета обсуждения (информационного обмена) и коммуникативной компетентности.

Ключевые слова: коммуникация, общество знаний, модерность, трансформация, информационный обмен.

Susska O. The modernized and transformed society between the «collapse» of communication and functional «knowledge society».

In the article discusses the questions of communicative co-operation have examined in modern and transformed societies within the framework of discourse about the «crash» of communications and functional features (defects and positive elements) of «society of knowledge».

Efficiency of exchange information and of all process of communication in a great deal depends on leaning the subjects of communication of point at an issue (to the exchange information) and communicative competence. It touches, foremost communications that put an aim an exchange scientific information, id est scientific communications.

Subjects (communicative persons) perceive knowledge information, got by means of perception, presentation, id est that is known by inseparable from a subject impartial mechanisms. Other better perceive and, accordingly, trust greater text information or by the information, have got by means of things, that are out of individual person, but carry in itself sociocultural maintenance.

Key words: communication, knowledge society, modernity, transformation, informational renewal.