

УДК 130.2.-316.32

DOI <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2022.3.7>**Ворніков Віктор Іванович**

доктор філософських наук,  
доцент кафедри філософії, психології та педагогіки  
Державного університету інтелектуальних технологій та зв'язку  
вул. Ковальська, 1, м. Одеса, Україна  
[orcid.org/0000-0002-0739-7632](https://orcid.org/0000-0002-0739-7632)

## СЕМІОТИКА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: СТРУКТУРА КОНВЕНЦІОНАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*В статті виявляються принципи конвенціональних взаємовідносин в сучасному інформаційному суспільстві та розкриваються особливості комунікації. Актуальність дослідження виходить із того, що на сьогодні комунікацію в більшості випадків розглядають з позицій практики-певного емпіричного рівня досвіду тощо. Метою дослідження є розгляд принципів комунікації та їх семіотичних засад у просторі знаків та знакових структур інформації як основ фактично Нового рівня комунікативності, і виявити сутнісні характеристики «конвенціональності» як чинника комунікації та обґрунтувати її роль на засадах теоретичної моделі комунікативної взаємодії, що включає знакові та символічні її структурні виміри. Методи дослідження традиційно-загальнонаукові та концептуально-змодельовані, що пов'язано із тим, що взаємовідносини необхідно розглядати в певному специфічному та концептуальному вимірі із певними поправками, так як комунікація є знаково-символічним патерном – концептом, а «перцептивне» її наповнення – це проблеми відношення до інформації. В результатах дослідження надається позиція, що у просторі установа «постпостмодерністської» реальності, семіотичні аспекти комунікації створюють властиві постмодернізму символізація із «тотальною семіотизацією» взаємодій та взаємовідношень. Заявляється, що в умовах стрімкого посилення різного рівня інформаційних контактів особливої уваги потребують задіяні знаки та знакові структури інформації як Знакової основи фактично Нового рівня комунікації. В контексті наявних тенденцій до трансформацій семіотичного простору, пов'язаного з появою нових соціальних кодів конвенціональної взаємодії та самоорганізації суспільства, обґрунтовується важливість здійснення аналізу нових форм комунікації та виявлення семіотичних вимірів, що надають можливості створення теоретичної «моделі – проекту» конвенціональної комунікації на основі поєднання феноменологічного методу та семіотичного підходу. На основі концептуальних засад та принципів дослідження по створенню і теоретичної Моделі – проекту взаємовідносин як Практичного результату, виходимо із результатів поєднання-синтезу феноменологічного методу та семіотичного підходу, із урахуванням в змістовній структурі задіяних знаків та символів, що притаманні як загальному концептуально-обумовленому суспільству, так і мають специфіку у просторі певної суспільної формації. В висновках зазначається, що освоєння соціокультурних кодів, які є проявленими та вираженими в концептах інформаційно-віртуальної культури, сприяє створенню конвенції та конвенціональному порозумінню в комунікаціях і дозволяє уникати наявних та потенційних розбіжностей.*

**Ключові слова:** інформаційне суспільство, семіотика, текст, символ, знак, комунікація, комунікаційна система, конвенціональна комунікація, конвенціональна комунікативна стратегія.

**Актуальність постановки проблеми.** В сучасному світі в умовах глобалізації й інтеграції усіх соціокультурних процесів і явищ, де проявляється одночасне прагнення до виокремлення національних культур, і в той же час – до посилення контактів між представниками різних мов і культур, спричинюється потреба досягнення взаємопорозуміння, що окреслює проблеми традиційних та нових форм міжкультурної комунікації. Особливого значення ж при цьому набувають принципи встановлення Конвенції як продуктивного Діалогу в комунікації,

основою якого є діюча структура конвенціонального рівня взаємин представників різних культур, прийняття принципів терпимості і культурного плюралізму. На основі уявлень про сучасне інформаційне суспільство на комунікативних засадах знаково-символічного рівня, де соціальні відносини знаходяться в семіотичному просторі певних центробіжних сил, але із тісною взаємодією та переплетінням суспільних елементів та зв'язків, стало необхідним звернення до їх конвенціонального наповнення.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Для розкриття даної проблематики суттєве значення мали праці: розгляд феноменів культури та комунікації в їх нерозривному зв'язку (І. Кант, Ф. Ніцше, Ю. Габермас, Г. Гадамер, І. Фіхте, Ф. Шляєрмахер, О. Шпенглер, П. Сорокін, та інші); уявлення про поняття «міжкультурна комунікація» та розуміння її функціональних принципів (К. Бергер, С. Гантінгтон, Е. Гірш, С. Даль, К. Клакхон, А. Кребер, Р. Портер, Д. Трагер, Л. Самовар, Г. Гофстеде, Е. Холл, та інші); в сучасності акцент – на специфічності міжкультурної комунікації як сфери людських відносин (Ф.С. Бацевич, І. В. Слейко, Н. В. Кіш, М. Нижник, Ю. Петрушенко, О. Приятельчук та інші); розуміння цілісності і комплексності проблем міжкультурної комунікації і взаємозв'язку мовних і соціокультурних явищ (В. Антонов, М. Арутюнова, Ю. Бромлей, А. Вежбицька, Г. Гачев, Т. Дейк, О. Пеліпенко, Л. Уайт, К. Клакхон, Б. Успенський, І. Яковенко, Е. Гірш та інші). В сучасних дослідженнях міжкультурної комунікації (США) суттєвими є розгляд міжкультурної комунікації як спілкування та взаємодія культур різних країн і народів і міжкультурної комунікації як спілкування і взаємодія субкультур у межах однієї спільної – як великої культури. Особлива увага звернена до семіотичного контексту комунікації в суспільстві: на засадах мовленнєвої комунікації виявляється вплив соціокультурних чинників на процес та соціокультурна зумовленість вербальних та невербальних комунікаційних засобів на будь-якому рівні функціонування (Л. Вітгенштейн); на тісний та взаємообумовлений зв'язок мови та міжкультурної комунікації, мовні стилі як ефективність міжкультурного спілкування (В. Костомаров, В. Біблер, С. Ханінгтон, Б.Л. Уорф, Є.Верещагін, С. Тер-Мінасова, А. Карась, Г. Молчанова та інші); про наявність особливостей міжкультурного діалогу як ефективної комунікації (М. Бахтін, Ю. Лотман та інші); до проблематики Інформаційного суспільства – розгляд простору взаємовідношень – комунікації як Тексту в цілому (Р. Барт, П. Бурдьє, Дж. Ділі, Ж. Дельоз, Ч.У. Морріс). В цілому, із робіт виявляється, що фактично комунікація є властивістю життя – стильовою характеристикою як практичного досвіду – у просторі спілкування та взаємовідношення – з усіма людськими якостями та характеристиками цього процесу, але для сучасного, вже фактично проявленого інформаційно – віртуального простору та стану взаємовідносин в суспільстві, виникає необхідність нового цілісного підходу до розгляду комунікації-взаємодії на засадах знаково-символічного відтворення, що задіяні в структурі взаємовідносин, навіть без повного уявлення та розуміння про їх існування.

**Мета та завдання.** Метою дослідження є розгляд принципів комунікації в інформаційному суспільстві та розкриття їх семіотичних засад у просторі знаків та знакових структур інформації як Знакової основи фактично Нового рівня комунікації. Виявити сутнісні характеристики «конвенціональності» як чинника комунікації та обґрунтувати її роль на засадах теоретичної моделі комунікативної взаємодії, що включає знакові та символічні її структурні виміри.

**Завдання дослідження.** Виходячи із наявності того, що сучасна комунікація в інформаційному суспільстві є фактично простором віртуально – комунікативної взаємодії, де комунікацію створюють властиві традиційному постмодернізму

та постпостмодернізму тотальна семіотизація міжкультурних взаємодій та взаємовідношень, і при цьому, ця комунікація постійно набуває нових знаково-символічних форм, виникають до вирішення питання про концептуальні засади, на основі яких можливе порозуміння між знаками та символами, що мають певного рівня соціальне наповнення-Мову та її змістовні характеристики. Особливо є необхідність визначення та окреслення можливих шляхів досягнення конвенціональної комунікації в процесі взаємодії та співпраці.

**Методи дослідження.** Обумовлюємо, що взаємовідносини в інформаційному суспільстві необхідно уявляти та розглядати в певному специфічному та концептуальному вимірі із певними методичними поправками. Так, ґрунтуючись на смисловому наповненні Оперативних понять дослідження звертаємо увагу на розуміння в міжкультурній комунікації, з одного боку, вимагає стикування мовних кодів та концептів, а з іншого потребує заповнення міжконцептуального простору, який може здійснюватися різними способами, залежно від рівня культурно-мовної компетенції комуні кантів; сукупність шляхів і закономірностей переходу від одного мовного коду до іншого у процесі спілкування зумовила формування нового поняття – «трансформація». На основі принципів дослідження по створенню теоретичної Моделі – проекту взаємовідносин як Практичного результату, виходимо із концепції поєднання-синтезу феноменологічного методу та семіотичного підходу, із урахуванням в змістовній структурі задіяних знаків та символів, що притаманні як загальному концептуально-обумовленому суспільству, так і мають специфіку у просторі певної суспільної формації. На підставі концепції та методології дослідження, етимологія поняття «конвенціональності» заключає зміст понять: згода та конвенція. Конвенціональність комунікації проектує у наслідок встановлення конвенції – функціонально-договірної згоди, яка формується спеціально для досягнення певних цілей у суспільстві, стало можливим виявлення і встановлення конвенціональності як складної системи суспільних взаємин суспільства, що самоорганізовується.

**Результати.** В кожний відрізок історичного часу суспільної формації формується той тип та принцип життєдіяльності, який фактично створює та обумовлює і простір для усіх форм та способів взаємовідношень. Особливою проблемою є наслідком поглиблення процесів міжкультурних комунікацій. Незважаючи на той факт, що постійно відбувається розширення і поглиблення міжкультурних комунікацій країн, народів, регіонів, серед труднощів міжкультурного спілкування різного роду, комунікативні труднощі – мовні, релігійні, політичні тощо є тими бар'єрами, що особливо явно проявляються на рівнях комунікацій. При цьому, зміст і результати міжкультурної комунікації багато в чому залежать від здатності її учасників адекватно розуміти один одного і досягати згоди, яка визначається культурою кожної із взаємодіючих сторін.

Для уявлення про комунікаційні засади Глобального інформаційно-віртуального Планетарного суспільства, їх можливого урозуміння – хоча і як певної «візуальної штучної ілюзії» – і до відтворення їх передбачуваних певних соціокультурних аспектів (в їх проявленості як результатів та навіть без такової – у розумінні їх існування в цілому), що завжди задіяні в структурі взаємовідносин, необхідним є створення проєкції їх певних якісних характеристик з урахуванням традиційних протиріччя по розумінню та із поправками до сутнісно «штучних проєктів» для їх усунення або спрощення. На сьогодні основні положення базуються на наступних уявленнях: фактично Нового рівня комунікації, що провокуються властивою постмодернізму та постпостмодернізму символізацією; про знаково-символічну природу комунікації; семіотичні аспекти міжкультурної комунікації; тотальну «семіотизацію» соціально-інформаційного суспільства як простору

міжкультурних взаємодій; тенденцій трансформацій семіотичного простору, що пов'язане з появою нових Соціальних кодів для конвенціональної взаємодії та самоорганізації суспільства.

Дослідження проблематики Інформаційного суспільства передбачає: розгляд простору взаємовідношень як Тексту в цілому; комунікацію у віртуально – інформаційних можливих межах її протікання; семіотичний простір із знаками та символами як структурними компонентами та елементами (роботи Р.Барта, Ж.Бодрійяра, Ю. Лотмана, Б.Успенського, У.Еко, М.Фуко та інших). Із історії можливо виокремити, що Ю. Лотманом було переосмислено та розширено лінгвістичне розуміння Тексту і зміщено акценти в бік культурологічного трактування цього поняття [1, с. 296], коли текстами стали вважати утворення різного плану, зокрема міфи, ритуали, будь-які акти людської поведінки. У міжкультурній комунікації текст, завдяки своїй знаковій (семотичній) природі виконує не лише власне комунікативну, а й смислоутворювальну функцію, виступаючи не в якості «пасивного пакування заздальгідь даного смислу, а як генератор смислів» При цьому, полем репрезентації смислу в міжкультурних комунікаціях є текст, адже «будь-які культурні процеси розглядаються як процеси комунікації, що реалізуються через текст як одиницю комунікації» [1, с. 144].

Незважаючи на багатоманітність уявлення про концептуальні засади інформаційного суспільства, вважаємо доречним окреслити Контекст проблематики – смислове наповнення понять Культура, Комунікація та Комунікація як культура, що передбачає наступні кроки: звертаємо в комплексі увагу на традиційні уявлення та розуміння понять про культуру, комунікацію, культурні відмінності, які є комунікаційним бар'єром тощо; розглядаємо Культуру як Цілісне утворення – соціокультурне по змістовно-суттєвому смислу, і це знаково-символічне утворення тотального рівня, та без поправок на психологізм, національну приналежність тощо. Це Матриця – Концептуальне створення; ми у згоді з Л. Ф. Муц, що своє призначення орієнтаційної системи культура реалізує завдяки своїм складовим – культурним стандартам: нормам, оцінкам, переконанням тощо, які поділяються носіями цієї культури і слугують орієнтирами їх поведінки в різних ситуаціях [2, с. 218-222]. Із уявлення про поняття «Культура» як Семіотичний простір виокремлюємо положення, що кожна культура в процесі «взаємовідношення» та «спілкування» використовує існуючі в ній певні Стандарти, які виступають як Патерни – смислові конструкти. (При цьому, складність «спілкування» полягає в тому, щоб їх ідентифікувати та зрозуміти для успішного та ефективного саме процесу комунікації; для уникнення труднощів в спілкуванні з іншою культурою, слід отримати особливий тип компетенції, який складається з комунікаційної інтенції і з усвідомлення різниці між кодами та умовами спілкування в цілому; характерно, що, якщо з різною культурою люди будуть використовувати ту саму вербальну та невербальну мову, то відмінності, що впливають із коду, можуть вплинути на форму повідомлень, що передаються; незважаючи на усвідомлення того, що наявні та неявні культурні відмінності в комунікації можуть стати перешкодою для продуктивного та ефективного спілкування, в більшості їх серйозно не сприймають.

В Контексті проблематики дослідження звертаємо увагу на смислове наповнення поняття Комунікація (від лат. *communicatio* – зв'язок, повідомлення) – спілкування, що ґрунтується на взаєморозумінні; повідомлення інформації від однієї людини до іншої або кількох інших. Важливим є розрізнення понять Комунікація як культура та міжкультурна комунікація. В основі уявлення про Комунікацію як культуру думки, що все, що створено людиною або має до неї відношення, є частиною культури. Комунікація і спілкування виступають важливою частиною людського життя, а тому і частиною культури. Так, Е.Холл стверджує, що

«культура – це комунікація, а комунікація – це культура». Спираючись на таке твердження, багато вчених символічно зображують культуру у вигляді айсбергу, в основі якого лежать культурні цінності та норми, а його вершиною є індивідуальна поведінка людини, котра обумовлюється ними і проявляється насамперед у спілкуванні з іншими людьми [3]. В сенсі оперативних соціальних обставин є розуміння важливості соціальних ролей, стереотипів і схем для створення самого процесу комунікації (Тут дуже важливе питання впливу соціальної групи на людину, його позитивне відношення до членів своєї соціальної групи і негативного відношення цієї групи до інших комунікантів. При зустрічі з представниками інших груп відбувається налаштування на спілкування з іншою людиною. На основі оцінки соціального статусу співрозмовника відбувається вибір стилю спілкування і можливих тем для розмови).

В сучасності значимим є розуміння культурного розмаїття, яке виходить із того, що розвиток технологій та нові можливості комунікування сприяють розвитку контактів і взаємного спілкування між представниками різних культур, а економічна та політична інтеграція зміцнює зв'язки співробітництва між людьми в усьому світі. В результаті міжкультурне спілкування є основою співпраці між організаціями, і особливо серед керівництва міжнародних організацій, і одночасно, як зазначає С. Блек (Black S., Gaham R., 1997) та інші, «комунікація сьогодні вважається невід'ємним елементом управління компанією» [4]. В основі процесу комунікування, згідно Гір Хофстеде (Hofstede), задіяні три основні елементи: символи (слова, жести, образи, предмети, герої), як унікальні для даної культури, часто зрозумілі лише її представникам, так і спільні для великої групи населення і навіть для всього людства; ритуали – дії, які вважаються необхідними в певній громаді, наприклад, державні чи релігійні святкування, способи вітання, службова та приватна поведінка; цінності – невидимі неозброєним оком, є вирішальними при прийнятті рішення – проявляються в способах поведінки в тих чи інших ситуаціях. [5, с. 43-46]. На думку Гіра Хофстеде (Hofstede) [5, с. 6], Національна культура – це колективне програмування свідомості, що відрізняє членів однієї групи від іншої. Учений вважає, що програмування свідомості відбувається на трьох рівнях: універсальному, колективному та особистісному. Універсальний рівень є найбільш загальним та відповідає за ті ознаки, що характерні для людини як виду загалом. Проте існують певні характеристики, що притаманні тільки для певної групи осіб – це колективний рівень програмування. До ознак людини, що формуються на колективному рівні, належать мова спілкування, невербальні засоби комунікації, ставлення до старших, особливості харчування тощо. Особистий рівень є найбільш унікальним, оскільки відповідає за риси, притаманні тільки певному конкретному індивіду. Особисті якості визначають поведінку людини у межах колективної культури. Риси, притаманні індивіду, можуть бути як успадковані, так і набуті в процесі навчання. Натомість на колективному рівні більшість людських характеристик розвивається у процесі взаємодії з іншими. Ці ознаки залежать також від зовнішніх факторів, що впливають на особливості існування певної групи [5, с. 6].

Для Ефективної комунікації, яка буде вільна від комунікаційних бар'єрів, необхідна певна та відповідна Комунікативна стратегія, що визначається як поетапно-перспективне планування дій з метою встановлення необхідного рівня комунікації. Головна мета комунікативної стратегії для певного суспільства, а головне – певної спільноти, на думку І. Дженсена (I. Jensen), «полягає у забезпеченні стабільної і ефективної діяльності комплексної внутрішньої комунікаційної системи, яка враховує та мінімізує культурні бар'єри з метою ідентифікації попиту та просування товарів і послуг на національні ринки» (кожний товар-це

теж Текст-інформація та Знак – із нашої концепції)[6, с. 3-13], і для досягнення мети необхідно мислити стратегічно, і лише за умови створення відповідної стратегії міжкультурної комунікації можливо отримати очікуваний результат.

На наш погляд, зміст Комунікативної стратегії, а фактично-Тексту, створюється у результаті концептуального поєднання феноменологічного методу та семіотичного підходу. Особливе значення при конструюванні соціокультурного простору комунікації надаємо наступним положенням: якщо Дж. Ділі [7] виявляє семіотичні патерни в комунікації на засадах структурної якості Тексту-повідомлення, то А. Карась проводить думку про можливості взаємодії семіотичного методу із феноменологічним та герменевтичним підходами до вивчення соціальної реальності» [8, с.16]; із положень П. Бурдьє виокремлюємо важливі позиції, по – перше, що «при конструюванні соціального простору створюється символічна матриця практичної діяльності, поведінки, мислення, емоційних оцінок і суджень соціальних агентів»[9]. По – друге, своєрідна мова практик у П. Бурдьє сходить до світосприймання їх як Тексту. Але головне – це те, що коли вони сприймаються через ці соціальні категорії перцепції..., то відмінності у практиках і наявних благах, а також висловлені думки стають символічними відмінностями й утворюють, по суті, свого роду мову..., а відмінності функціонують у будь-якому суспільстві як основоположні відмінності символічної системи, як ансамбль фонем мови або сукупність розпізнавальних рис і диференціальних розбіжностей, які є конститутивним для даної міфічної системи, тобто функціонують як знаки відмінності» [9, с.23-24]; на основі протиставлення властиву колишнім культурам символічну свідомість, в якому знак береться в його ставленні до зовнішнього світу і тому наповнений, навіть переповнений, об'єктивним змістом, Р. Барт говорив про сучасне парадигматичне і синтагматичне розуміння визначення систем, в яких сенс утворюється з самих відносин знакових елементів» [10, с. 211].

В синтезі поєднання уявлень про Комунікацію, Комунікативну стратегію – з розуміння взаємовідношень в соціумі як Тексту, визначаємо, що Інформаційне суспільство є Текстом-системою такого рівня, що самоорганізується на принципах семіотичного взаємовідношення між структурними компонентами–знаками, символами (як інформації у певному комунікаційно-замкненому просторі та часі – феномену), а також є результатом відносин елементів – знаків, у просторі яких відмінності функціонують (у будь-якому суспільстві) як основоположні відмінності символічної системи, як ансамбль фонем мови (П. Бурдьє), створюючи конвенціональний рух Мови-повідомлення.

В Інформаційному суспільстві Головний семіотичний концепт – Знаки (вище означення та форма Символу) в Тексті – повідомленні мають Конвенціональне наповнення та зміст, а конвенціональність є наслідком установаження конвенції – функціонально-договірної згоди, яка формується в процесі комунікації спеціально для досягнення певних цілей у суспільстві. На основі принципів створення Концептуально-теоретичної Моделі Конвенціональної комунікації – як семіотичного проекту взаємовідносин в інформаційному суспільстві (синтезу феноменологічного методу та семіотичного підходу), Концептуальна модель включає уявлення: конвенціональність – модельна структура – ситуація, охоплює два етапи: пошуки згоди; укладання конвенції. Конвенціональність передбачає наступні кроки: формування конвенційного Тексту – комунікації; формування конвенціонального соціального простору; формування конвенціональної знаково-символічної комунікації; конвенціональність охоплює елементи самоорганізації: конвенціональний Текст; конвенціональну знаково-символічну комунікацію. Концептуальна модель заключає наступні положення: про Гармонію «не-пропорційних зусиль» – як

конвенціональність, в процесі комунікації (наявно у принципах боротьби Дзю-до); так як Інформаційне суспільство створене людиною, а тому для нього традиційні соціокультурні виміри; із уявлення про суспільство, яке будучи системою, що самоорганізується, визначає які думки і почуття слід допускати до рівня усвідомлення, раціонально-логічного осмислення, які залишити поза усвідомленням; в контексті комунікації кожного члена суспільства і простору самого «цілісного» суспільства, існує необхідність доповнити, що система, що самоорганізується (із теорії даних систем), набуває «в силу своїх самообертів-проекцій» нові якості (якісні характеристики на засадах співвідношення своїх елементів) без співвідношення їх із похідними посилками-чинниками для початку руху-діяльності та розвитку самої системи, а особливо це демонструють соціальні системи. Структура та зміст Конвенціональної комунікації в Концептуальній моделі семіотичного рівня виходять із положення про «Синергетичні параметри соціуму» (по властивості та сутності процесів в ньому), що виявляє: поправку на саму систему, що самоорганізується як на самодостатній та в певній мірі автономний конструкт (і це у властивості самих утворених людиною соціальних систем – суспільств).

В цілому, можливо виокремити суттєві характеристики сучасного інформаційного суспільства: соціокультурний процес (фактично як Соціоекономічний) є глобально – інформаційним; Семіотика інформаційного суспільства походить від способів комунікації; структура Конвенціональної комунікації обумовлюється певним Знаково – символічним патерном діяльності усіх рівнів соціуму. На основі створеної моделі Конвенціональної комунікації на позиціях синергетичного підходу виявляється: Соціум як знакове утворення може забезпечити власну континуальність і цілісність лише в тому разі, якщо кожен окремих індивід функціонуватиме як цілісний текст, ізоморфний усій системі. Семіотичні межі особистості повинні не тільки забезпечувати її унікальність, але й сприяти продуктивній взаємодії з іншими текстами й текстом усього соціуму; Шляхом виконання певних Знакових процедур, що відбивають певний спосіб мислення, можливо формування загальноприйнятих нормативних систем соціального життя на засадах соціально – значимих символів; генерування продуктивних моделей сприйняття легальних способів досягнення соціального й матеріального успіху; створення та генерування продуктивної моделі сприйняття і усвідомлення та відтворення дійсної свободи особистості в контексті соціального й матеріального успіху. Очевидно, що розуміння в міжкультурній комунікації вимагає стикування мовних кодів та концептів, а також потребує заповнення міжконцептуального простору, який може здійснюватися різними способами, залежно від рівня культурно-мовної компетенції комунікантів. Сукупність шляхів і закономірностей переходу від одного мовного коду до іншого у процесі спілкування виявляє, що сьогодні існує проблема не тільки діалогу культур, а і культурної плюральності. Створення комплексної Зовнішньої та внутрішньої комунікаційної системи дозволяє покращити міжкультурну комунікацію. При цьому, Комунікативна компетентність як вміння адекватно інтерпретувати комунікативну поведінку представника іносоціуму не може сформуватися інакше, ніж через засвоєння знакових систем інокультури, зокрема виражених у стереотипах, ментальних цінностях (концептах), жестах, нормах комунікативної поведінки, і без знання цих семіотичних систем та їх культурно обумовленої специфіки неможливо здійснення ефективної міжкультурної взаємодії. Опанування цінностями та стереотипними уявленнями, вираженими в базових концептах інокультури, сприяє порозумінню в міжкультурних комунікаціях і дозволяє уникати потенційних конфліктів, зумовлених культурними розбіжностями.



**Висновки.** Таким чином, на підставі вищевикладеного, можливо зробити певні узагальнення. У просторі установації інформаційного суспільства як нової постпостмодерністської соціокультурної реальності проявляються особливості та виявляються специфічні можливості міжкультурної комунікації в контексті процесів постмодерну. Комунікація є знаково-символічним патерном – концептом (як структура-схема взаємодії та взаємовідносин, інакше – комунікація не відбудеться), а «перцептивне» наповнення – це відношення до інформації, що історично запропонована в певному соціокультурному просторі та в певний час. У сучасних умовах відбувається розширення і поглиблення процесів міжкультурних комунікацій народів, країн, регіонів. Традиційна спорідненість культур у сфері взаємодії – комунікації впливає на збільшення взаємовідношень, а культурні відмінності є перешкодою на шляху до ефективних міжнародних відносин. Зміст і результати міжкультурної комунікації багато в чому залежать від здатності її учасників адекватно розуміти один одного і досягати згоди – Конвенції – створювати простір конвенціональності, яка визначається семіотичною культурою (створення Тексту-повідомлення) кожної із взаємодіючих сторін, культурою як проекцією для визначення шляхів досягнення порозуміння між носіями різних культур в процесі взаємодії та співпраці. По концептуально-змістовним структурам – це конвенціональний Текст, який і необхідно розуміти та прочитувати, а також створювати як Знаково-символічний простір для комунікації. Для «адекватної» Інтерпретації даного Тексту – повідомлення та створення прийняттого змісту учасники міжкультурної комунікації мають володіти певною комунікативною компетентністю, що виходить за межі лінгвокультурних особливостей дискурсу, до якого вони належать. Взаємовідносини можуть бути "Логарифмовані-спрогнозовані". Символічно– знакові взаємоствідії можливо вважати багатofункціональним феноменом, значущим для соціального суб'єкта та інформаційного суспільства в цілому.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лотман Ю.М. Текст и полиглотизм культуры. Избранные статьи в трех томах. Таллин : Александра, 1992. Т. I. Статьи по семиотике и типологии культуры. С. 142-148.
2. Муц Л. Ф. Семіотичні аспекти міжкультурної комунікації. *Гуманітарний вісник ЗДІА. Філософія*. 2015. № 63. С. 218-222.
3. Холл Е. Культура як комунікація: модель та аналіз / Е. Холл, Д. Трагер. К., 1954.
4. Black S. (1997). The Evaluation of Public Relations Education and the Influence of Globalisation / S. Black, R. Gaham. URL: <http://www.ipra.org/members/archive/goldpapers/gold12>. (retrieved: 02.04.2022). [in English].
5. Hofstede Gert Jan (2005). Cultures and organizations: Software of the mind. / Hofstede, Geert, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov. Vol. New York. Mcgraw-hill.
6. Jensen I. (2003). The Practice of Intercultural Communication, reflections for professionals in cultural meetings. *Journal of Intercultural Communication*. Issue 6. Pp. 3-13.
7. Ділі Дж. Основи семіотики / Пер. з англ. та наук. ред. Анатолій Карась. Львів : Арсенал, 2000. 232 с.
8. Карась А. Філософія громадянського суспільства в класичних і некласичних інтерпретаціях / А. Карась: Монографія. Київ, Львів : Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003 . 520 с.
9. Бурдьє П. Социальное и физическое пространства. *Социология политики* / Пер. с фр. М. : Socio-Logos, 1993. 335 с.
10. Barthes R. (1997). Essais. Critiques / R. Barthes. Paris, 1964.

#### REFERENCES

1. Lotman Y.M. (1992). Tekst y polyglotyzm kultury [ *Text and polyglotism of culture*]. Yu.M. Lotman // Lotman Yu.M. Selected articles in three volumes. Tallinn: Alexandra. T. I. Articles on semiotics and typology of culture [in Russian].



2. Muts L.F. *Semiotychni aspekty mizhkulturnoi komunikatsii [Semiotic aspects of intercultural communication]* Humanitarian Bulletin ZDIA. Philosophy. No. 63 [in Ukrainian].
3. Hall E. (1954). *Kultura yak komunikatsiia: model ta analiz [Culture as communication: a model and analysis]*. E. Hall, D.Trager. N. Y. [in Ukrainian].
4. Black S. (1997). *The Evaluation of Public Relations Education and the Influence of Globalisation*. S. Black, R. Gaham. URL: <http://www.ipra.org/members/archive/goldpapers/gold12>. (retrieved: 02.04.2022) [in English].
5. Hofstede G. J. (2005). *Cultures and organizations: Software of the mind*. Gert Jande Hofstede, Michael Minkov. Vol. New York. McGraw-hill [in English].
6. Jensen I. (2003). *The Practice of Intercultural Communication, reflections for professionals in cultural meetings*. I. Jensen. Journal of Intercultural Communication. Issue 6. Pp. 3-13 [in English].
7. Deely J. (2000). *Osnovy semiotyky [Basics of semiotics]*. J. Deely: [Trans. from English and science ed. Anatoly Karas]. Lviv: Arsenal, 2000. 232 p. [in Ukrainian].
8. A. Karas. (2003). *Filosofia hromadianskoho suspilstva v klasychnykh i neklasychnykh interpretatsiakh [Philosophy of civil society in classical and non-classical interpretations]*. A. Karas: Monograph. Kyiv, Lviv: Publishing House. center of LNU named after . And. Franka. 520 p. [in Ukrainian].
9. Burd'e, P. (1993) *Social'noe i fizicheskoe prostranstva [Social and physical spaces]*. P. Burd'e. Sociologiya politiki: Per s fr. M.: Socio-Logos. – 335 s. [in Russian].
10. Barthes R. (1964). *[Essais. Eritiques ]*. R. Barthes. Paris [in French].

**Vornikov Viktor Ivanovich**

Doctor of Philosophical Sciences,

Associate Professor at the Department of philosophy, psychology and pedagogy

State University of Intellectual Technologies and Communication

1, Kovalska str., Odesa, Ukraine

orcid.org/0000-0002-0739-7632

### SEMIOTICS OF THE INFORMATION SOCIETY: THE STRUCTURE OF CONVENTIONAL COMMUNICATION

*The article reveals the principles of conventional relationships in the modern information society and reveals the peculiarities of communication. The relevance of the research comes from the fact that today communication is considered in most cases from the standpoint of practice – a certain empirical level of experience, etc. The purpose of the study is to examine the principles of communication and their semiotic foundations in the space of signs and symbolic structures of information as the basis of a virtually New level of communicativeness, and to reveal the essential characteristics of "conventionality" as a factor of communication and to substantiate its role on the basis of a theoretical model of communicative interaction, which includes symbolic and symbolic its structural dimensions. Research methods are traditional-general-scientific and conceptual-modeled, which is due to the fact that relationships must be considered in a certain specific and conceptual dimension with certain amendments, since communication is a sign-symbolic pattern – a concept, and its "perceptual" content is problems relating to information. In the results of the research, the position is given that in the space of establishing "post-postmodern" reality, semiotic aspects of communication create symbolization characteristic of postmodernism with "total semiotization" of interactions and relationships. It is stated that in the conditions of rapid strengthening of various levels of informational contacts, the involved signs and symbolic structures of information as the Symbolic basis of a virtually New level of communication require special attention. In the context of existing trends towards transformations of the semiotic space associated with the emergence of new social codes of conventional interaction and self-organization of society, the importance of analyzing new forms of communication and identifying semiotic dimensions that provide opportunities to create a theoretical "model–project" of conventional communication based on a combination is substantiated phenomenological method and semiotic approach. On the basis of the conceptual foundations and principles of the research on the creation and the theoretical Model – the project of relations as a Practical result, we proceed from the results of the combination-synthesis of the phenomenological*

*method and the semiotic approach, taking into account in the meaningful structure of the signs and symbols involved, which are inherent in the general conceptually conditioned society, and have specificity in the space of a certain social formation. In the conclusions, it is noted that the mastering of sociocultural codes, which are manifested and expressed in the concepts of informational and virtual culture, contributes to the creation of conventions and conventional understanding in communications and allows to avoid existing and potential disagreements.*

**Key words:** *information society, semiotics, text, symbol, sign, communication, communication system, conventional communication, conventional communication strategy.*