

Міністерство освіти і науки України
Класичний приватний університет
Куявський університет у Влоцлавеку

МАТЕРІАЛИ
міжнародної науково-практичної конференції

**СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ:
ІНСТРУМЕНТИ, ТЕХНОЛОГІЯ
І ПРАКТИКА**

*24–25 травня 2024 р.,
м. Запоріжжя*

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Пенчук І. Л. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, директор Інституту журналістики і масової комунікації Класичного приватного університету;
Бессараб А. О. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри спеціальної освіти та педагогіки комунального закладу вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради;

Богуславський О. В. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри журналістики, реклами та PR Житомирського державного університету імені Івана Франка;

Пономаренко Л. Г. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри мови та стилістики Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Белькова С. В. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики та української філології Класичного приватного університету;

Карнаух А. С. – кандидат наук із соціальних комунікацій, голова правління громадської спілки «Асоціація спортивних організацій»;

dr Wiesław Pędziak – Cuiavian University in Wloclawek.

Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика : матеріали
С 70 міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 24–25 травня, 2024 р. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2024. 88 с.

ISBN 978-966-397-400-2

У збірнику представлено стислий виклад доповідей і повідомлень, поданих на міжнародну науково-практичну конференцію «Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика», яка відбулася 24–25 травня 2024 р.

УДК 316.77(062.552)

ISBN 978-966-397-400-2

© Класичний приватний університет, 2024
© Куявський університет у Влоцлавську, 2024
© Українсько-польське наукове видавництво
«Liha-Pres», 2024

ЗМІСТ

НАПРЯМ 1. ТЕОРІЯ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ СУСПІЛЬСТВА

Феномен австрійської газети «Wiener Zeitung»
у тенденції цифровізації медіа

Бліхарський Р. І. 6

Проблеми та виклики локальних медіа
під час російсько-української війни

Логвінова В. В. 10

НАПРЯМ 2. ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРУКТУР, ФОРМ ТА ПРОЦЕСІВ

Стереотипи в українській телерекламі:
проблеми і перспективи

Джемесюк Л. Б. 13

НАПРЯМ 3. РОЗВИТОК КОМУНІКАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУСПІЛЬСТВА

Сучасний театр України: іммерсивно-публіцистичні акценти

Галацька В. Л. 18

Роль комунікативної культури в інформаційному суспільстві

Єфтені Н. М. 20

Способи актуалізації гендерної проблематики

у книжці художніх репортажів Ольги Карі

«Та що ти знаєш про війну?!»

Свалова М. І. 23

Мілітарні виклики сучасної екожурналістики

Яблонський М. Р. 25

Особливості іншомовної професійної підготовки

майбутніх юристів

Яблочнікова В. О. 29

Франківського національного академічного музично-драматичного театру імені І. Франка, документальна драма «Край» за п'єсою Л. Красніченко Дніпровського національного академічного українського музично-драматичного театру імені Т.Г. Шевченка.

Різноманітність артикуляції смислів людського буття в українському театрі відбувається в іммерсивних техніках, що підтверджує ефективність міждисциплінарного підходу до проблеми. Публіцистична інтерпретація сценічного буття націлена викликати ефект присутності глядача у сценічній події, його співучасті у виставі, залученні сучасних вербально-візуальних засобів для багатоканального сприйняття сценічного твору, який набуває ознак медійності, поліаспектності трактування.

Література:

1. Biocca F., Delaney B. Immersive virtual reality technology. LEA's communication series. Communication in the age of virtual reality. Hillsdale, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1995. P. 57–124.
2. Witmer B. G., Singer M. J. Measuring Presense in Virtual Environments A Presence Questionnaire. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*. 1998. Vol. 7. Issue 3. P. 225–240.
3. Kyrylova O. Immersive journalism: the factors of effective functioning. *Communications and Communicative Technologies*. 2019. Issue 19. P. 48–55.
4. Бальме К. Вступ до театрознавства. Львів : ВЛТД «Класика», 2008. 270 с.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-400-2-5>

РОЛЬ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Єфтені Н. М.

*кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри загальноправових дисциплін
Національного університету «Одеська морська академія»
м. Одеса, Україна*

У формуванні інформаційного суспільства комунікативна культура відіграє важливу роль, оскільки впливає на поведінку особистості в різних сферах життєдіяльності суспільства. Комунікативна культура

в інформаційному суспільстві є багатограним феноменом, який включає в себе різні аспекти взаємодії людини з інформаційним середовищем, а також взаємодію та відносини між людьми в ньому. Комунікативна культура в інформаційному суспільстві – це сукупність знань, умінь, навичок, цінностей та норм, які дозволяють людині ефективно взаємодіяти в інформаційному середовищі.

В інформаційному суспільстві одними з головних соціальних цінностей є знання та інформація, які мають високу інтенсивність поширення і обміну. Комунікативна культура інформаційного суспільства передбачає трансформацію цінностей, нові можливості для соціалізації особистості, її самовираження та самореалізації. Інформаційне суспільство впливає на соціалізацію нового покоління, з однієї сторони, полегшуючи процеси міжособистісної комунікації, а з іншої – поглиблюючи розрив між поколіннями в плані передачі досвіду, цінностей, традицій, культурного надбання [1, с. 99]. Саме тому формування комунікативної культури пов'язане з комунікаціями і співробітництвом, які сприяють цілісності суспільства та забезпечують координацію всіх сфер життєдіяльності суспільства. Особистість в інформаційному суспільстві є свідомо діючим суб'єктом комунікації, який орієнтується в інформаційному середовищі та активно використовує наявні інформаційні ресурси. Тому перед особистістю постають вимоги щодо оволодіння необхідними знаннями про інформаційну сферу, закони її функціонування, уміння володіти інформаційними технологіями.

Велику роль відіграє комунікативне середовище в інформаційному суспільстві, яке забезпечує життєдіяльність людини. Соціальні мережі сприяють формуванню нових соціальних зв'язків між різними структурними елементами суспільства, створюють можливість для саморозвитку, вдосконалення, отримання актуальної інформації. Значна кількість комунікацій відбувається в різних соціальних мережах. Основна цінність соціальної мережі полягає у тому, що вона в сучасних умовах виступає не просто засобом комунікації, а також механізмом конструювання соціального середовища в сучасному суспільстві.

Інтенсифікація комунікації в соціальних мережах концентрує увагу на вивченні норм, правил, які регулюють таке спілкування, розумінні механізмів міжособистісної взаємодії, появи нових можливостей та їх наслідків. Особливо потрібно відзначити негативні наслідки, зокрема це – маніпулювання свідомістю індивіда, перетворення інформаційних технологій на засіб тотального контролю над свідомістю споживача інформації, виникнення феномену психологічної залежності людини від комп'ютера та орієнтації на віртуальну реальність, що призводить до зменшення частки безпосереднього спілкування між людьми [3, с. 78].

Ці питання сьогодні є предметом досліджень вчених в різних галузях – соціології, соціальній психології, психології, конфліктології тощо.

Думка лідера громадської думки є авторитетною і має вирішальне значення і вплив на формування свідомості окремих осіб, громадськості в цілому. В інформаційному просторі лідери громадської думки, формуючи певну систему поглядів, цінностей, в першу чергу визначають свою позицію, думку. Такі лідери сприяють соціалізації особистості, регулюють комунікативні взаємодії, впливають на емоційний стан особистості.

Але комунікація в соціальних мережах часто має емоційний характер, не завжди є контрольованою, що призводить до біполярності віртуальної комунікації, де двома полюсами спілкування є толерантність та агресія [2, с. 69]. Це вимагає від користувачів високого рівня комунікативної культури в інформаційному просторі, що дозволить їм адаптуватися до швидких змін, умов та вимог, формувати нові зв'язки та соціальні відносини.

Високий рівень комунікативної культури в інформаційному суспільстві передбачає використання інформаційно-комп'ютерних технологій ресурсів для збору інформації, прийняття рішень і критичної оцінки отриманої інформації. Велику увагу потрібно приділяти міжкультурній комунікації, оскільки спілкування в соціальних мережах відбувається з представниками різних культур, які мають соціокультурні відмінності, свої цінності, норми. Також інформаційне суспільство вимагає від особистості високого рівня інформаційної грамотності та доброчесності, оскільки користувач повинен орієнтуватися в правових нормах, які регулюють дану сферу, розуміти етичні аспекти використання інформації тощо. Саме тому інформаційне суспільство вимагає від особистості постійного підвищення рівня комунікативної культури, вдосконалення навичок та умінь, які будуть сприяти професійній діяльності і формуванню міжособистісних відносин.

Література:

1. Захарчин Г. М., Любомудрова Н. П., Швед Л. Р. Інформаційна культура в інформаційному суспільстві. *Регіональна економіка та управління*. 2019. 2 (24). С. 96–99.

2. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент* : зб. наук. пр. / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Ін-т соціол., психології та упр. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова. 2014. Вип. 16. С. 61–71.

3. Чікарькова М. Ціннісні орієнтації сучасного інформаційного суспільства та проблема контркультури. *Освіта та управління* : науково-практичний журнал. 2008. № 4. С. 70–80.