

Узагалі можливості журналістики в рішенні соціальних проблем є досить широкі: інформування, консультування, роз'яснення з різних питань соціальної політики та соціального забезпечення; вплив на діяльність офіційної влади і соціальних служб з метою захисту інтересів і прав конкретних громадян; формування громадської думки з питань соціальної роботи; вплив на законодавство та механізми його реалізації в відношенні осіб, які потребують допомоги. У той же час незадоволеність самих журналістів власним матеріально-економічним становищем змушує їх поєднувати професійну діяльність з викладанням, PR, рекламою. Все це негативно відбивається на якості журналістської продукції, психологічному стані творчих працівників ЗМІ. Характерними ознаками тих, хто працює в сфері соціальної проблематики, є песимізм і «синдром професійного вигорання», в зв'язку з чим рекомендується інтегрувати систему психологічної підтримки журналістів в роботу редакційних колективів, проекти міжсекторальних організацій.

Список використаних джерел

1. Иванян Р. Г. Журналист социальной сферы: личностные и профессиональные характеристики. *Журналистика и социология*. 2005. No 3. С. 193–210.
2. Климанська Л. Медіа-імідж соціальної проблеми. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. Вип. 15. 650 с.
3. Лаврик О. Соціальна проблематика газетних виступів : навч.–метод. посіб. для студ. зі спец. «Журналістика». Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 72 с.
4. Хилько М. Вплив контенту засобів масової комунікації на український соціум. *Актуальні питання масової комунікації*. 2014. Вип. 16. С. 57–68.
5. Шендеровський К. Медіакомунікації та соціальні проблеми: збірка навч.-метод. матер. і наук. статей у трьох част. Частина перша / [упор., ред. К. С. Шендеровського]. Київ, 2012. 288 с.

Грох С.І.
студент магістратури
юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету
Науковий керівник: к. філол. н.,
доцент кафедри інформаційної та
соціокультурної діяльності ТНЕУ
Біловус Л.І.

КОМУНІКАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ: РЕЦЕПЦІЯ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Актуальність дослідження комунікаційного середовища доби інформаційного суспільства зумовлена посиленням багатofункціональності системи соціальних зв'язків, взаємовідносин у різних сферах суспільної діяльності, пов'язаних із задоволенням нагальних потреб суспільства. Зміни комунікаційного середовища зумовлені трансформацією комунікаційних структур і систем суспільства, засобів, знарядь та каналів комунікації, подання,

поширення і споживання інформації та знань у процесах комунікаційної взаємодії.

Еволюція поглядів на сутність комунікаційного середовища пов'язана з розвитком розуміння спілкування та обміну інформацією як необхідних елементів формування соціального буття людини. Аналіз з точки зору впливу на комунікаційні процеси в суспільстві теоретичних конструктів («інформація», «інформаційні ресурси», «інформатизація», «комунікація», «комунікаційний простір», «інформаційне суспільство») є підставою для визначення комунікаційного середовища як підсистемного й необхідного об'єкта теоретичних розвідок. Доведено, що на різних етапах розвитку суспільства розвиваються та функціонують властиві саме їм суспільні комунікаційні системи, які визначають особливості комунікаційного середовища відповідно до історичної епохи.

Комунікаційний простір – езултат системної цілісності й рівноваги комунікаційного середовища, сукупності умов здійснення комунікаційних зв'язків і реалізації комунікаційного процесу в суспільних відносинах. Комунікаційне середовище розглядається як сукупність умов, що забезпечують здійснення комунікаційного процесу, його змістове наповнення, сприяють досягненню взаєморозуміння та спільності в діях суб'єктів, що перебувають в комунікаційному зв'язку. Комунікаційне середовище є необхідним чинником і цілісною системою формування єдиного комунікаційного простору суспільства та водночас системною структурою комунікаційного простору.

Сучасний стан комунікаційного середовища визначається рівнем застосування знарядь, засобів, технологій здійснення комунікаційних зв'язків у суспільстві. Результатом розвитку комунікаційної підсистеми суспільства є утворення єдиного комунікаційного простору, в якому відбуваються різні комунікаційні процеси за підтримки комунікаційних засобів, технологій обробки, подання, поширення і використання суспільної інформації та знань. Його єдність розглядається як потенціал розкриття взаємозалежності, взаємозумовленості техніко-технологічної, структурно-семантичної, субстанціональної (предметної), функціональної складових. Формулюється положення про неоднозначність, нерівномірність, а також латентну єдність комунікаційної діяльності та її результатів.

Структура комунікаційного середовища інформаційного суспільства містить такі елементи: техносферу — як техніко-технологічну базу забезпечення комунікаційного процесу; соціоінфосферу (документосферу, інфосферу, когнітосферу) — як рух соціально значущих повідомлень різної субстанціональності; семіосферу — як смислонасиченість соціальних повідомлень; сферу соціально-комунікаційної діяльності — як організаційно-функціональну підтримку комунікаційної взаємодії в суспільстві; перцептивну сферу — як узгодження цілей, зворотного зв'язку і єдності в сприйнятті змісту комунікаційних повідомлень. Сукупність комунікативних типів, видів, форм соціального спілкування в інформаційному суспільстві підводить до розуміння значення єдності взаємовідносин суб'єктів комунікаційних процесів як найважливішого фактора ефективності результатів практичної діяльності відповідно до цілей і завдань цивілізаційного розвитку людства.

Властивості комунікаційного середовища характеризуються хаотичністю різноманітних когнітивних елементів, надмірністю комунікації в сучасному мережевому, віртуалізованому інформаційному суспільстві; станом розвиненості елементів комунікаційного середовища відповідно до опанування технологіями й предметами комунікаційної взаємодії, якістю опрацювання контенту, характером комунікаційних відносин (наявність чи відсутність зворотного зв'язку), узгодженістю дій та поведінки відповідно до цілей суб'єктів процесу комунікації. До системних властивостей комунікаційного середовища належать системна цілісність, стійкість, перцептивність, ризоматичність, предметна інтегрованість, трансграничність.

Інтеграція комунікаційного середовища до системи комунікаційної діяльності передбачає встановлення зв'язків між усіма його складовими — техносферою, соціоінфосферою, семіосферою, перцептивною сферою — на засадах комунікаційної єдності, що забезпечує баланс станів, цілей і розуміння суб'єктів комунікаційної взаємодії в різних суспільних підсистемах та на різних рівнях організації. Для формування розвиненого інформаційно-комунікаційного середовища необхідно вирішувати питання, пов'язані з розвитком і модернізацією інформаційно-комунікаційної інфраструктури, інформаційно-комунікаційних технологій та засобів їх реалізації, індустрії виробництва й поширення інформаційних продуктів, розробкою й реалізацією комплексу заходів для політико-правового, економічного та соціально-культурного забезпечення процесу переходу до інформаційного суспільства, в подальшому — суспільства знань.

Гармонізація розвитку суспільства базується певним чином на забезпеченні технологічної, організаційної, методологічної консолідації суб'єктів комунікаційної діяльності й реалізується через систему державної політики та управління в комунікаційній підсистемі суспільства. Простежується певний взаємозв'язок комунікаційної взаємодії в суспільстві на шляху до стану рівноваги: екологія інформації — управління знаннями — соціальна екологія — екологія знань.

Тенденції розвитку комунікаційного середовища в Україні пов'язані з налагодженням системи управління, ефективною реалізацією державою регуляторної функції як практики соціального управління, а безпосереднє управління (менеджмент технологій, ресурсів, контенту) належить до конкретних рівнів соціально-комунікаційної діяльності. Параметрами для регулювання стають ступінь самостійності об'єкта, що підпадає під управління, рівень розвиненості системи управління і здатність до самоуправління. Регуляторними формами є концепції, доктрини, рішення форумів, міжнародних та національних асоціацій. Першочерговим завданням у процесі формування управлінської бази розвитку комунікаційного середовища (на різних рівнях його організації), зважаючи на світову практику інформаційно розвинених країн, є врахування стану інформаційно-комунікаційних підсистем суспільства та його інформаційних ресурсів.

Список використаних джерел

1. Золяк В. В. Функціональні характеристики контентної конвергенції засобів масової комунікації : автореф. дис ... канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій». Київ, 2009. 16 с.

2. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння: Медіа-критика. Львів: «ПАІС», 2004. 312 с.
3. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. Москва: Рефл-бук ; К.: Ваклер, 2000. 352 с.
4. Швидка О. Б. Феномен комунікаційного середовища як складова соціально-комунікаційної теорії. Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку: матеріали міжнар. наук. конф., Харків, 19–20 квітня 2012 р. Х., 2012.
5. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа: учеб. пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. 416с.

*Гудима Ю.А.
студентка магістратури
юридичного факультету
Тернопільського національного
економічного університету
Науковий керівник: д-р філол. наук,
професор кафедри інформаційної та
соціокультурної діяльності ТНЕУ
Шкіцька І. Ю.*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Інформатизація, яку спостерігаємо сьогодні в усіх сферах суспільного життя, вимагає визначення стану і тенденцій розвитку напрямів освіти, які безпосередньо стосуються необхідності професійної підготовки фахівців, — для виконання завдань, пов'язаних з управлінням інформаційними потоками, а також задоволення соціальних, зокрема інформаційних, потреб. З огляду на це наша наукова розвідка, присвячена окресленню тенденцій і напрямів розвитку сучасної освіти в інформаційному суспільстві, є актуальною.

Аналіз наукових праць з проблем освіти дає підстави говорити про те, що моделлю особистості в сучасній парадигмі освіти має стати інноваційна людина [4, 7, 9], яка розглядає навколишній світ не як сталу, гармонійну структуру, до якої потрібно пристосовуватися, а як сферу пізнавальної та практичної невизначеності, що передбачає низку труднощів, які треба долати. Винахідливість стає архетипом діяльності для інноваційної людини, а провідною метою навчання – формування в неї власної дослідницької позиції, тобто значення набуває процес переходу в освітній діяльності від школи пам'яті до інституту роботи з мисленням. Необхідною вимогою до нового образу людини як еталона освітньої продукції є духовна орієнтація в її розвитку [7].

Означені тенденції інформатизації суспільства проектується і на процеси інформатизації освіти й потребують розвитку відповідних освітніх напрямів, здатних подолати виявлені суперечності.

Одним з таких напрямів є медіа-освіта, виокремлена на перетині завдань комп'ютеризації навчального процесу й опанування вмінь сприймати й осмислювати різні повідомлення, що є необхідно передумовою підготовки до життя в сучасному інформаційному світі [6].