

мешканця Західної Європи з представником Японії – країни, порівняно недавно відкритої для європейців, яка й досі залишається для них таємничою і незбагненою.

Бізнес-культури багатьох північних європейських країн орієнтовані на угоду. Загалом у цьому простежується закономірність: чим експресивніша культура, тим більшою мірою ділова сфера залежить від міжособистісних взаємин і неформальних контактів. Крім того, жителі країн Південної Європи більш схильні до поліхронності, тобто досить відповідально ставляться до часу. Найстриманішими бізнес-культурами Європи, де особливо цінується фактор часу, є британська і німецька.

Феномен культури безпосередньо впливає на результати бізнесу, досягнення його проміжної та кінцевої мети. Важливий внесок у формування сприятливого бізнес-середовища і визначення етичних норм мають зробити держава, соціально-політичні інститути, засоби масової інформації, освітні заклади. Підприємці зі світовим ім'ям вважають, що вивчення різних ділових культур – це не просто хороша ділова практика, а один з ключових аспектів конкурентоспроможності в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Муха Р. А. Бізнес-культура, сутність та основні характеристики. *Ефективна економіка*. 2018. № 8. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2018/33.pdf
2. Корженко В. В., Писаренко Ж. А. Вплив національної культури на формування моделі управління: методика крос-культурного менеджменту. *Актуальні проблеми державного управління*. 2009. № 1. С. 16–26. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2009-1/doc/1/02.pdf>
3. Шестаковський О. П. Білоус Є. В. *Базові культурні особливості українського суспільства і можливості їх використання для соціально-економічного розвитку: наукова доповідь / за ред. О. М. Балакіревої, НАН України, ДУ. Ін-т екон. та прогнозів. НАН України. Київ, 2015. 36 с.* URL: <https://www.academia.edu/10452367/> Шестаковський О. П.
4. Офіційна сторінка Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Delecta J. Raman S. Cultural Communication Barriers in Workplace. *International Journal of Management*. Vol. 6. Iss. 1. 2015. P. 348–351.



*Недошитко І. Р., канд. іст. наук., доц.,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль*

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІЙ СТРУКТУРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

На початку 90-х рр. минулого століття в Україні про мережу Інтернет знали небагато. Нині він увійшов у життя мільйонів людей, щорічні користувацькі показники виводять нашу державу з інформаційно відсталої і наближають її до інформаційно розвинених світових лідерів.

Історичний розвиток людства, досягнення науки, техніки і технологій сприяли і сприяють удосконаленню й засобів масової комунікації. Досягненням наукового потенціалу та технологічних засобів стало винайдення мережі Інтернет, що поєднує функції практично всіх сучасних ЗМІ – преси, фотожурналістики, радіо, телебачення, інформаційних агентств. Мережа синтезує текст, звук, відео. Крім того, має ще й власні ознаки – гіпертексти, гіперпосилання, мультимедіа... А ефект присутності, який вважається однією зі специфічних властивостей телебачення, в мережі Інтернет знайшов не тільки своє втілення, але й сприяв його розвитку. Віртуальні розмови, прямі ефіри, телемости, телеконференції, блог сфера, соціальні мережі, електронна пошта – і все це у режимі реального часу – це ті складники, без яких нині немислима мережа.

Нині мережа Інтернет нараховує майже 5 млрд користувачів [1]. Для деяких країн Європи цей показник наближається до 90 % мешканців (наприклад, Данія – 86 %, Нідерланди – 87 %, Великобританія – 83 %, Ісландія – 97 %), для інших – не перевищує 15 % (майже всі держави Африки), Україна віднедавна перейшла бар'єр у 67 % [2].

Мережа інтернет на сучасному історичному етапі активно впливає на культурну та соціальну інфраструктуру суспільства. Вона стала підґрунтям для розвитку нових моделей соціальних комунікацій; руйнуючи мовні, демографічні, соціальні та інші бар'єри, дає можливість для творчої, інтелектуальної самореалізації особистості. Таке функціональне навантаження мережі дає підстави говорити про Інтернет як соціальний феномен, тісно пов'язаний з технологічними явищами.

У доповіді «Незважаючи на кордони», підготовленій членами коаліції Global Internet Liberty Campaign (Глобальна кампанія за свободу Інтернету) Дж. Демпсі і Д. Вайцнером [3], відзначаються такі унікальні характеристики мережі Інтернет:

- ✓ глобальність. Інтернет надає негайний доступ до інформації з усього світу. Простою електронною поштою так само легко надіслати повідомлення до іншого континенту як і до сусідніх дверей у будинку. Через всесвітню мережу тисячі газет і десятки тисяч інших джерел інформації стають доступними з усіх куточків світу;

- ✓ децентралізованість. Інтернет задумувався як децентралізована структура. Відсутність «контролерів на вході», які існують у радіомовленні, кабельному телебаченні, доступність численних сторінок, незв'язаних географічним розташуванням, – означають, що матеріали можуть майже завжди оприлюднюватися поза контролем урядів, монополій чи олігополій;

- ✓ відкритість. Інтернет має низькі бар'єри для доступу. Послуга за доступ коштує недорого. Вартість створення і поширення інформації надзвичайно низька. Завдяки мережі Інтернет будь-який власник комп'ютера і модема може бути видавцем – «цифровим Гутенбергом»;

- ✓ місткість. Інтернет має необмежені ресурси для зберігання інформації;

- ✓ інтерактивність. Інтернет розроблений для двосторонньої комунікації: усі користувачі можуть бути як доповідачами, так і слухачами;

- ✓ підконтрольність. Інтернет дає змогу користувачам здійснювати набагато більший вибір, ніж навіть кабельне телебачення чи короткохвильове радіо. Користувач може контролювати, який зміст досягає його комп'ютера;

- ✓ інфраструктурна незалежність. Інтернет не прив'язаний до жодної інфраструктури. Доступ до нього може бути бездротовим і супутниковим, а тому – позбавлений ефективного контролю з боку уряду.

Окрім цього, виділяють і коментують такі специфічні властивості мережі Інтернет: відкритість, децентралізованість, доступність і географічна незалежність, оперативність, зручність, вимірюваність, персональний підхід, інтерактивність, гіпертекстова природа, мультимедійність, нефіксованість обсягу, дешевизна [4, с. 23–24].

Більшість схильні розглядати Інтернет як форму мережевого комунікаційного середовища, в якому максимально реалізуються можливості для налагодження розуміння між індивідами, спільнотами, структурно-організаційними елементами, включно з державними й урядовими інфраструктурами. Та частина мережевих ресурсів, що екстраполює себе як ЗМК, переважно, виконує загальні умови, необхідні для функціонування масової комунікації:

- ✓ наявність аудиторії, об'єднаної спільними інтересами і ціннісними орієнтирами;

- ✓ поширення соціально значущої інформації;

- ✓ варіативність форм подачі інформації (паралельне використання лінійного та нелінійного текстів, аудіо, відео, ілюстрацій).

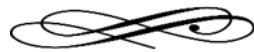
На думку американського дослідника соціальних комунікацій Р. Крейга, мережа Інтернет дає можливість забезпечення «додаткового контексту і розуміння того, що люди більше потребують добре структурованої і докладної інформації, яка стосується речей, для них справді важливих, речей, які впливають на їхнє повсякдення життя» [8, с. 43].

Мережа Інтернет складається з різних служб, велика частина яких має комунікаційні властивості. До найважливіших послуг Інтернету ми зараховуємо електронну пошту. Інші

послуги Інтернету охоплюють конференції в мережі (групи новин, онлайн-конференції, відеоконференції), спілкування онлайн (форум, чат), системи автоматичної розсилки повідомлень, протоколи передачі файлів і даних та інше. Усі ці послуги створили практичні передумови говорити про мережу Інтернет як глобальну систему передачі даних і глобальну комунікаційну систему.

Список використаних джерел

1. Кількість інтернет-користувачів у світі досягла 4,8 млрд. URL: <https://mind.ua/news/20219912-kilkist-internet-koristuvachiv-u-sviti-dosyagla-48-mlrd>
2. За рік карантину кількість українських користувачів у соцмережах зросла на 7 млн і досягла 60 % населення – GlobalLogic. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/telecom/730770.html>
3. Городенко Л. Новітні медіа. URL: <http://journ.univ.kiev.ua/csc/wp-content/uploads/2020/11/NewMedia.pdf>
4. Поліщук В. Інформаційна культура. URL: <http://www.vet.com.ua/index.php/2008010464/blogs/vpol/2009-01-18-23-19-21.html>
5. Тимошик М. Видавнича справа та редагування: курс лекцій. У 2-х част. Ч. I. Вишневе, 2003. 128 с.



*Шевченко О. В., д-р наук із соц. комунікацій, проф.,
Державний університет «Одеська політехніка», м. Одеса*

ІНФОРМАЦІЙНА АНАЛІТИКА ЯК КОМПЛЕКСНИЙ КАНАЛ ПРОФЕСІЙНОГО КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА (на прикладі дисципліни «Аналітико-синтетична обробка документів»)

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що поняття «інформаційна аналітика», «інформаційно-аналітична діяльність» стали загальнозживаними. Аналізуючи праці зарубіжних та вітчизняних науковців, стає зрозумілим, що інформаційна аналітика як спосіб комунікацій досліджувалася з середини ХХ ст., що зараз мають найбільший вплив на усі сфери нашого життя. На початку 2020 р. світ опинився перед новими викликами – карантинними обмеженнями та необхідністю продовжувати роботу у віддаленому режимі. Стало зрозумілим, що інформаційна аналітика має багато невикористаного потенціалу. Якщо розглядати інформаційну аналітику як діяльність, то її певною мірою можна ототожнювати не з інформаційно-аналітичною діяльністю, а з позицій процесного підходу; як сукупність спрямованих на певний предмет операцій мислення і технологічних процедур, виконання яких у певній послідовності забезпечує вирішення поставленого завдання.

Важливо підкреслити, що аналітично-синтетична обробка документа здійснюється для отримання необхідної інформації, оцінки, узагальнення та подання отриманої інформації у формі, що відповідає запиту. Метою науково-дослідницької діяльності й аналітико-синтетичної обробки інформації є вилучення з документів нових фактів або відомостей, які в цих документах явно не виражені.

Отже, сутність інформаційно-аналітичної діяльності полягає в застосуванні на стадії впорядкування (інформаційна складова) методів аналітичної обробки інформації та методів аналізу на базі інформаційних знань, підготовлених завдяки інтелектуальній обробці інформаційних масивів (аналітична складова). Це вказує на наявність в ІАД двох аналітичних стадій оброблення: на етапі формування структурованої інформації і на етапі здійснення системного аналізу певної практичної діяльності для прийняття рішень. Аналітична діяльність стає найважливішою характеристикою сучасного суспільства.