

МЕДІАКУЛЬТУРА СУЧАСНОЇ МОЛОДІ ЯК АСПЕКТ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Дюжева Катерина

Житомирський державний університет імені Івана Франка
Житомир

Постановка наукової проблеми та її значення. Медіакультура є системою, ступенем і наслідком розвитку сучасної цивілізації водночас. Це комплексне поняття поєднує у собі усі засоби соціальної комунікації, прийоми та принципи передання інформації від одного джерела (автора) до іншого (реципієнта, користувача соціальних мереж тощо). Але медіакультура – не лише інформація плюс комунікація. Це ще й величезний за обсягом, масштабом і значенням пласт інтелектуальних надбань, матеріальних цінностей, акумульованих людством протягом історичного розвитку, культурного вдосконалення. Вплив медіакультури на суспільний поступ, на формування молодого покоління значною мірою залежить від соціалізації кожного члена суспільства та особливостей формування громадської свідомості.

Основою журналістики є комунікація. І саме месенджери та соціальні мережі дозволяють підтримувати спілкування в реальному часі 24 години на добу 7 днів на тиждень. Ця корисна можливість значно полегшує роботу журналіста і дозволяє завжди оперативно дізнаватися і підтверджувати інформацію.

Метою і завданням дослідження є огляд особливостей прояву медіакультури сучасної молоді у соціальних мережах, дослідження різновидів поведінки молодих користувачів у аспекті медіакультури. Основні результати дослідження свідчать про те, що рівень культури поведінки сучасної молоді з інформаційними потоками значною мірою зумовлений статусом в соціальних мережах. Визначено принципи, за якими відбувається приєднання користувачів соціальних мереж до певної спільноти. Актуальність матеріалу зумовлена важливістю для українського медіапростору поняття медіакультури, важливим формо- та змістотворчим чинником якого постає саме молодь. А згідно з Законом України «Про основні засади молодіжної політики» [5], вікові межі молоді в Україні визначаються від 14 до 35 років включно.

Аналіз досліджень проблеми. Як доводить огляд досліджень та літератури з нашого питання, автори публікацій (Л. Найдьонова, О. Баришполец, Л. Черниш, І. Мищишин, Н. Троханяк, А. Захарченко, Л. Змій, Н. Зражевська, Д. Вільчинська, О. Гуркіна, О. Новикова, М. Кашкіна, Н. Кирилова, Н. Крюкова, О. Кузнецова) звертаються переважно до питань медіакультури особистості з позицій соціально-психологічного підходу, медіакультури в аспекті дозвіллевих уподобань, медіакультури як об'єкта соціокомунікаційних досліджень, регіональної медіакультури, ролі медіакультури у сучасному суспільстві, медіаосвіти та медіаграмотності, філософії та філософського дискурсу медіакультури, медіакультури як інтегратора середовища соціальної модернізації, соціальних мереж як рекреаційної зони, їх впливу на молодь. Завданням статті є поглиблення сутності уявлень про соціальні мережі та

інформаційні процеси, які у них відбуваються, етичні норми користування соцмережами та месенджерами сучасними молодими людьми.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Простеживши ступінь та якість впливів ЗМІ на суспільство, з'ясуємо, що ці показники залежать від рівня розвитку й освіченості споживачів. Йдеться не лише про ширшу ерудованість, наявність умінь бачити й аналізувати проблеми, володіння необхідним багажем знань й розвитком критичного мислення, а також і про рівень сформованості медіакультури. Саме ж поняття «медіакультура» охоплює систему рівнів розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа. Щодо шляхів формування медіакультури у суспільстві, то більшість дослідників сходяться на тому, що найефективнішим методом є здобуття медіаосвіти [1, с. 164].

Станом на 20 березня 2023 року серед студентів спеціальності «Журналістика» Житомирського державного університету імені І. Франка кожен був зареєстрований принаймні в одній із соціальних мереж (найчастіше – Instagram, TikTok, Facebook) та у ряді месенджерів (Telegram, Messenger, Viber, WhatsApp). Предметом нашого дослідження є можливості, які вони відкривають для молоді.

Лаконічно структурував соціальні мережі дослідник М. Грановеттер, який вважає кожную мережу множиною груп, об'єднаних міцними зв'язками на рівні родини, друзів, колег по роботі. Як пише автор, на перше місце тут виступають сталі близькі стосунки і достатньо часте спілкування. Аналізуючи зв'язки між групами, помічаємо, що за своєю силою вони є слабкими (наприклад, спілкування між людьми, які разом навчалися у школі або вищому навчальному закладі, між родичами або професіоналами, які між собою знайомі, проте контактів між ними майже не трапляється). За словами американського дослідника, кожна молода людина має незначну кількість сильних зв'язків, що зумовлено типом особистості. Натомість слабкі зв'язки за кількістю значною мірою перевищують сильні, що може стати у пригоді, наприклад, під час працевлаштування. З цієї причини автор надає більшої ваги саме слабким зв'язкам, пояснюючи це також тим, що більшість людей, пов'язаних сильними зв'язками, найчастіше користуються однаковими/ схожими джерелами і навряд чи можуть повідомити одне одному щось нове [2, с. 40]. Виділяється також третій тип зв'язків – «кивальні» (наприклад, із сусідами, з якими особа фактично не спілкується, тільки киває при зустрічі).

Відстеження актуальних тем. Ця можливість реалізується через контент користувачів. Наразі значний відсоток користувачів месенджера Telegram читає новини із численних спільнот, як функціонують на його базі. Особливо активізувався цей процес від початку повномасштабного вторгнення російських військ в Україну. Журналіст спостерігає за тим, що цікавить і хвилює аудиторію та вступає з нею в зв'язок. На цьому рівні також відбувається залучення аудиторії до створення новин та їхнього поширення. Месенджери та соцмережі надають медійникам потрібну можливість: по-перше, відстежувати останні новинні повідомлення, надані засобами масової інформації; по-друге, аналізувати дописи

користувачів як джерело інформації; по-третє, надавати власний відгук, оперативно висловлювати реакцію на факт, подію або явище.

Сучасний етап розвитку цивілізації в осмисленні української молоді є періодом постіндустріального суспільства, інформаційною епохою, часом глобалізаційних процесів, добою медіа. Багатогранність трактувань зумовлена безміром та безмежністю інформації, яку отримує кожен член суспільства щодня, щомиті. Так, система масових комунікацій безперервно розширюється, інформація просочується в усі сфери життя та прошарки населення. Закономірно, що це впливає на виконання соціальних функцій кожною особистістю, а ще більшою мірою – на соціальні зв'язки людини. Соціальні зв'язки, ускладнюючись, спонукають звернутися до дослідження поняття «медіакультура» та її значення у житті сучасного школяра, студента тощо. Активність та насиченість сьогодення є ознакою епохи, що не може не накладати свій відбиток і на інформаційну культуру молоді.

Період становлення інформаційного суспільства вимагає підготовки реципієнта до швидкого сприйняття та обробки великого масиву інформації, що потребує володіння сучасними методами, засобами, технологіями роботи. Наразі лєвова частка молоді від 14 до 35 років оволодіває цими навичками у процесі користування соціальними мережами. Постійною увагою оточене у соціальних мережах поширення інформації, нові умови віртуального життя, суспільної медіаактивності породжують залежність інформованості однієї людини від інформації, набутої іншими користувачами мережі. Тому на часі для кожного молодого юзера вже не тільки вміння самостійно засвоювати та акумулювати інформацію. Користувачам аналізованої вікової категорії потрібно користуватися такою технологією роботи з інформацією, коли рішення готуються та приймаються на основі колективного знання, тобто глобальної медіаінформації.

Один із аспектів прояву медіакультури виявляється і в тому, за яким принципом люди приєднуються до певної групи у соцмережі. Підтримуючи слухну думку А. Захарченка, вкажемо на те, що сценарій тут приблизно такий. Спершу у читача з'являється причина для вступу у дискусію. Наприклад, він висловлює одному з членів спільноти подяку за цікавий допис або зауваження до нього. На другому етапі новачок починає саморозкриття: коментує репліки інших учасників, спираючись на власний життєвий досвід. За цим неодмінно іде третя, найменш приємна, але найцікавіша фаза: взаємні провокації нового учасника і «старожилів». Вони «з'ясовують стосунки» [3, с. 66], і це необхідно для того, щоб далі кожен розумів свою функцію у соціальній групі. Нарешті, на останньому етапі між усіма учасниками спілкування зростає щирість, починається обговорення глибинних особистісних проблем.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Медіакультура у житті сучасної молоді людини становить особливий тип культури інформаційного суспільства. Це частина загальної культури, представлена друкованими виданнями, радіо, телебаченням, Інтернет-виданнями тощо. Тобто медіакультура структурно складається з усіх елементів, покликаних поєднати людину зі світом засобами інформування, розважання, пропагування, оцінювання тощо. Очевидним є також вплив інформаційної культури на

свідомість, світогляд, думки та поведінку людей. Активним каталізатором подібних процесів є саме медіакультура як формотворчий чинник творення єдиного інформаційного простору.

Отже, особливості прояву медіакультури сучасної молоді у соціальних мережах полягають передусім у системності рівнів розвитку людської особистості, її соціальних (реальних та віртуальних) зв'язків, а також її умінь швидко та пластично сприймати, аналізувати, засвоювати медійний текст, здібностей до медіаторчості, навичок здобувати нові знання у просторі медіа та логічно і доцільно користуватися ними.

Список використаних джерел

1. Мишишин І., Троханяк Н. Медіаосвіта як засіб формування медіакультури сучасної молоді. *Вісник Львівського університету. Сер. педагогічна*. Львів, 2006. Вип. 21. Ч. 1. С. 161–166.
2. Granovetter M. The Impact of Social Structure on Economic Outcomes. *The Journal of Economic Perspectives*. 2005. 19(1). P. 33–50.
3. Захарченко А. П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів. Відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль, «Крок». 2014. 198 с.
4. Крос-медіа. Schiller Publishing Youse: Bonn / Germany – Sibiu/ Romania. Sibiu, Strada Mitropoliei – 30.
5. Про основні засади молодіжної політики: Закон України від 27.04.2021 р. № 1414-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text> (дата звернення: 25.03.2023).

СПЕЦИФІКА РЕДАГУВАННЯ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ

Еладл Ахмет

Національний університет біоресурсів і природокористування
Київ

Постановка наукової проблеми та її значення. Актуальність теми обумовлена тим, що багато молодих науковців-дослідників не мають системних знань щодо підготовки наукових, навчальних і навчально-методичних видань до публікації і, отже, відчувають труднощі як у створенні і оформленні статей, дисертацій, так і за участю в роботі наукового колективу при створенні збірників, колективних монографій.

Для здобувачів закладів вищої освіти та науковців загалом редагування наукового тексту, зокрема навчання прийомам редагування і оформлення наукових творів і формування в них навичок підготовки до друку творів наукової літератури різних жанрів є дуже важливим. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі наукової комунікації у світі та українському суспільстві, тому постало питання дотримання норм у науковому стилі.

Аналіз досліджень цієї проблеми. На сучасному етапі досліджень вивчення наукового стилю є досить актуальним, оскільки стерлися межі між