

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ ТА ПРАВА
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»**



**Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції**

**КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР
ПОСТІНФОРМАЦІЙНОГО
СУСПІЛЬСТВА:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

м. Київ

30 травня 2023 року

результати на цих рівнях, особливо у сфері управління та поведінки уряду та суспільства.

Вона зводиться до впливу, який для багатьох визначає причину причетності до політики на будь-якому рівні. Якщо потрібно, щоб виборці або колеги погодились з вашою позицією з того чи іншого питання, ви повинні мати можливість коротко і послідовно пояснити свою думку. Надаючи приклади, які можуть підтвердити і додатково пояснити вашу точку зору, та ретельно підбираючи слова, щоб передати ваше повідомлення, вплив та переконання обертаються навколо ефективного спілкування. Це проявляється різними способами, включаючи мову тіла, риторику або слухання.

Список використаних джерел:

1. Політична сфера, її суть, структура, місце і роль в суспільстві. URL: <https://textbooks.studio/uchebnik-teoriya-politiki/politichna-sfera-jiji-sut-struktura-mistse-rol.html> (дата звернення 21.04.2023)
3. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження \ М. Остапенко 2012. № 13 С.135-144.
4. Науковий журнал «Політикус»: Роль політичних комунікацій у сучасному інформаційному просторі \ І.І.Проноза Вип.3. 2021. С.75-80.
5. Основні моделі політичної комунікації та їх прояви в сучасну епоху \ О.В.Дяченко. Політичні науки Вип. 7 2022. С.23-26.
6. Шиманова-Стефанишин О.В. Політична комунікація в умовах воєнного стану в Україні 2022. С.1-6.

НАУКОВА КОМУНІКАЦІЯ В ЕПОХУ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Вовченко О. В.

кандидат економічних наук, науковий співробітник ДУ «Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки імені Г. М. Доброва НАН України»

Структура наукових комунікацій на початку XXI ст. знаходиться на етапі радикальних змін, спричинених новими інформаційно-комп'ютерними технологіями, розвитком Інтернету, що істотно змінило не сутність наукової комунікації, а її механізми: створення та розповсюдження наукової інформації, електронних видань, процеси комунікації й пізнання загалом. Нові форми комунікації (публікації на сайті, в електронних журналах, ведення наукових блогів, участь у соціальних мережах) дозволяють ученим істотно підвищити доступність результатів для широкої наукової громадськості та оперативно включити отримані дані в актуальний науковий контекст. Так, спостерігається зростання наукового інтересу до появи такого глобального комунікативного простору, характерними особливостями якого стає неформальна електронна комунікація і самоорганізація вчених, та до спілкування в соціальних мережах загалом [1, с. 4].

Донедавна рівень використання соціальних мереж у науковій спільноті був занадто низьким. Опитування, яке було проведене у 2014 р. фахівцями Університету Мічигану показало, що більшість науковців США ніколи не розглядали можливість використання Twitter або Facebook для академічної або професійної роботи [2]. У науковій спільноті зазвичай соціальні мережі сприймаються як недостойні для «високоякісної» науки через наявність невідповідного та неперевіреного контенту.

«Велика трійка» (Facebook, Twitter, LinkedIn) може стати найкращими соціальними мережами, якщо їх правильно використовувати для просування дослідних інтересів. Дослідження соціальної мережі Facebook, яке було проведено у 2018 р. показало, що деякі сторінки та профілі з науковим контентом мають мільйони підписників [3]. Той факт, що вони можуть охоплювати таку широку та неспеціалізовану аудиторію, означає, що вчені можуть розглядати цю платформу як простір для об'єднання людей із подібними інтересами в одне співтовариство або групу.

Використання платформи Facebook серед наукової спільноти стає популярною в Україні. Про це свідчать дані опитування групи «Рейтинг», проведеного серед 1000 вчених із 35 наукових установ України. Опитування показало, що 90 % респондентів користуються Інтернетом щодня, 31 % отримують інформацію про науку та інновації через соціальні мережі. При цьому, кращою соціальною мережею вважають Facebook (64 % респондентів) [4].

У період 2020-2021 рр. було проведено дослідження використання соціальних мереж для наукової комунікації та популяризації наукових знань [1]. Автори проаналізували три найпопулярніші соціальні мережі в Україні (Facebook, Instagram, YouTube), що дало можливість виділити чотири категорії науково-популярних сторінок: сторінки сайтів, сторінки проєктів, сторінки спільнот та особисті сторінки вчених. Найбільш застосовувана форма подання інформації у групах Facebook – повідомлення про новини або події з ілюстрацією (у вигляді фото або з додаванням відеофайлів).

Наразі активної популярності набуває соціальна мережа Instagram, особливо, якщо мова йде про залучення молоді до наукової діяльності. Її робота полягає в обміні фотографіями, вона дає змогу користувачам робити фотографії, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і низку інших соціальних мереж. В Instagram (станом на 20.04.2020 р.) було зареєстровано 60 акаунтів, які займаються популяризацією науки задля просування наукових робіт, досліджень, винаходів, історії наукових відкриттів тощо [1, с. 52]. Соціальні мережі нині є одним із головних каналів наукової комунікації. Вони слугують майданчиком, де дослідники найрізноманітніших вікових категорій розповідають про свої роботи безкоштовно. Дуже часто перша згадка про публікацію нових статей або препринтів у популярному журналі буде саме в Instagram [1, с. 54].

Саме завдяки зростанню цифрових медіа наукова популяризація перейшла з закритих мікросхем (таких як перегляд відеоматеріалів з компакт-диску) до масового розповсюдження за допомогою різних «екранів». YouTube став однією з головних платформ для аудіовізуального

контенту, а отже, робить значний вплив на спосіб створення контенту. Успіх певного відеоматеріалу вимірюється шляхом аналізу поглядів, кількості лайків та дизлайків і, нарешті, асинхронних комунікативних коментарів [1, с. 57]. Завдяки популярності YouTube з'явилися нові творці контенту, які не боялися експериментувати з новими форматами та темами. На відміну від ЗМІ, ці відеоролики одразу коментуються, що формує спосіб сприйняття кожного відео не як окремого продукту, а скоріше як спільної роботи, яка відкрита для дебатів і сприяє дискусії між незнайомими людьми стосовно будь-яких заданих тем чи повідомлень, що розкриваються у відео. Ті, хто коментує відео на YouTube, додають нового культурного виміру, який впливає з дискусій між користувачами про наданий аудіовізуальний текст [1, с. 57]. Завдяки YouTube більшість людей можуть брати участь у так званому «уявному виробництві» знань і культури, при цьому розповсюджуючи ідею лише одного власника (виробника) знань за допомогою перепостів і своїх коментарів, навіть негативних.

Важливо, що нові медіа сприяють розвитку науково-популярних ресурсів: виникають новаторські форми подачі наукової інформації, які поєднують текстові та аудіовізуальні засоби й дозволяють пояснювати складні поняття наочно та зрозуміло. Цифрові медіа розширюють аудиторію науково-популярних матеріалів і залучають користувачів до генерування змісту. Як результат, можна констатувати позитивний розвиток наукової популяризації в Інтернеті та розширення наукової комунікації.

Зрештою, питання полягає в тому, чи можна і як краще використовувати соціальні мережі для науки. У цьому сенсі розумно припустити, що професійне використання соціальних мереж може доповнити та стимулювати наукові зусилля у трьох основних сферах: соціальні мережі можуть допомогти у поширенні наукових знань; можуть сприяти ширшому доступу до досліджень та наукових внесків; сама наука може мати сильніший онлайн-профіль завдяки соціальним мережам. Це може підвищити довіру до величезного обсягу інформації, що генерується у публічній сфері, протидіяти впливу фальшивих новин або недоведених заяв за допомогою надійних наукових досліджень та викликати суспільні дебати з питань, що мають першочергове значення для суспільства в цілому.

Отже, одна з ключових ролей науки полягає у дослідженні соціальних проблем та пошуку рішень тих питань, які хвилюють усіх нас, а платформи соціальних мереж — це просто ще один засіб просування наукової діяльності та підвищення її доступності. Канал існує, тому все, що залишається для наукових співтовариств— ефективно використовувати наявні інструменти для просування своїх дослідних інтересів та поширення досягнень науки серед широкої публіки.

Список використаних джерел:

1. Популяризація науки та освіти в епоху нових соціальних медіа [Текст] : колективна монографія / за ред. к.е.н. О. В. Вовченко. – Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 74 с.

2. Academic Engagement in Public and Political Discourse [Electronic resource]. – URL : <https://graham.umich.edu/media/files/PrelimSurveyResults-PublicEngagement.pdf>

3. Hitlin P., Olmstead K. The Science People See on Social Media [Electronic resource]. – URL : <https://www.pewresearch.org/science/2018/03/21/the-science-people-see-on-social-media/>

4. Проблеми популяризації науки в Україні: думки науковців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ratinggroup.ua/research/ukraine/problemy-populyarizacii-nauki-v-ukraine-mysli-uchenyh.html>

КОПРАЙТИНГ В УМОВАХ МЕТАМОДЕРНУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Коваленко Н.А.

кандидат філологічних наук, доцент кафедри філософії, іноземних мов та соціально-гуманітарних дисциплін Київського університету інтелектуальної власності та права НУ «Одеська юридична академія»;

Сучасне суспільство є складним та багатогранним утворенням, яке зазнає постійного осмислення та переосмислення. Постмодернізм, з яким пов'язане це суспільство, виник у другій половині XX століття як реакція на модернізм та його універсалістські претензії. Одним з основних аспектів постмодернізму є відмова від універсальних метанаративів і сумнів у можливості досягнення однозначного знання про світ. Він підкреслює розмаїття і суб'єктивність індивідуальних досвідів та світоглядів. В постмодерному суспільстві немає однієї правди або універсальної системи цінностей, але існує безліч міні-історій, переказів та інтерпретацій. Традиційні розрізнення між елітою та масовою культурою, високим та низьким мистецтвом, серйозним і розважальним, стають менш значущими. Це призводить до гібридних форм і взаємодії різних жанрів і стилів.

Засоби масової комунікації, такі як телебачення, радіо, Інтернет, стали потужними знаряддями формування суспільної думки та впливу на масову свідомість. За допомогою цих засобів поширюється інформація, культурні цінності та способи сприйняття світу. Індивіди більше не обов'язково визначаються своїм соціальним статусом, професією або культурною належністю. Вони можуть вибирати свої ролі та ідентичності, створюючи свої унікальні комбінації.

Загалом, концепція сучасного постмодерного суспільства відображає розпливчастість, розмаїття, гнучкість та незвичайність наших сучасних умов. Концепція постмодерну, хоч і виникла як реакція на модерністську парадигму, нині є недостатньо адекватною для пояснення сучасності з декількох наступних причин:

1. Постмодернізм не має чіткого та універсально визнаного визначення, а це призводить до розбіжностей та суперечностей у тлумаченні його понять