

12. Bar-Ilan J. Information hub blogs / J. Bar-Ilan // Journal of Information Science. — 2005. — Vol. 7. — No. 4.
13. Castells M. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance / M. Castells // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. — 2008. — Vol. 616. — No. 1.
14. Говорухина К. А. Глобальное информационное общество и новые аспекты изучения пропаганды в контексте информационной безопасности / К. А. Говорухина // Человек. Общество. Управление. — 2012. — № 1. — С. 26—31.
15. Войтенко В. П. Феномен людини: Дванадцять дзеркал / В. П. Войтенко; Медико-біологічне товариство "Гіппократ". — Київ, 1999. — 58 с.

Рассмотрена проблема роли и места сети Интернет в глобальном информационном пространстве. Изучено содержание понятия "киберпространство" и предложено авторское видение раскрытия его сущности с помощью ряда современных научных

подходов. Проанализирован термин "интернет-сообщество", выяснены их виды, выделены специфические признаки, а также особенности функционирования в структуре блогосферы через призму социокоммуникационных технологий.

The problem of the role and place of the Internet network in the global information space is generalized. The content of the concept "cyberspace" is revealed and the author's vision of disclosing its essence is proposed with the help of a number of modern scientific approaches. The essence of the term "Internet community" is analyzed, their types are elucidated, specific features are singled out, as well as features of functioning in the structure of the blogosphere through the prism of socio-communicational technologies.

Надійшла до редакції 19 березня 2018 року

УДК 070:316.77]:316.32



Валерій Баїшманівський,
кандидат філологічних наук, доцент
кафедри видавничої справи,
редагування,
основ журналістики та філології
Житомирського державного
університету імені Івана Франка



Любов Баїшманівська,
кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри світової літератури
та методик викладання
філологічних дисциплін
Житомирського державного
університету імені Івана Франка

Особливості комунікації реципієнта та засобів масової інформації у глобалізованому світі

Розкрито проблему комунікації реципієнта й засобів масової інформації у глобалізованому просторі; ЗМІ розглянуто як активну інформаційно-комунікаційну систему, що сприяє досягненню взаєморозуміння в суспільстві на основі загальнокультурних норм.

Ключові слова: реципієнт, засоби масової інформації, глобалізований світ, діалог культур, соціокультурний простір.

Постановка проблеми. Глобалізаційний процес, спрямований на зміни в усіх сферах життя суспільства, неможливий без активної співпраці з засобами масової інформації (ЗМІ). Активізація руху на економічне, політичне та культурне зближення реципієнтів виборює для медіа провідні позиції в загальному комунікаційному процесі. Від засобів масової інформації залежить систематизація інформаційних компонентів, стабілізація міжнародних відносин як у світі загалом, так і в Україні зокрема. ЗМІ репрезентують одну з найважливіших інституцій сучасного соціуму, оскільки жоден суспільно значущий процес не відбувається без представників преси, радіо й телебачення. Медіа стали вагомим складником формування свідомості громадянського суспільства, адже, виконуючи одну з основних функцій — соціальної критики, екстраполюють аудиторії інформацію про становлення, розвиток і діяльність держави.

Сучасна людина потребує від засобів масової комунікації мобільності в отриманні перевіреної й правдивої інформації, що позитивно впливає на рейтинг та

імідж медіа. Відповідно, проблема вивчення особливостей комунікації реципієнта й засобу масової інформації в сучасному глобалізованому світі набуває особливої ваги, а її вирішення позитивно позначиться на взаємозв'язку між реципієнтом і журналістом. Закономірно, що створений на основі цієї співпраці інформаційний простір репрезентує базову доміанту економічного, політичного й культурного розвитку нашої держави, забезпечує виховання національно свідомого суспільства та входження його на рівноправних позиціях у глобалізований комунікативний простір. Виконуючи основну соціальну функцію, журналістика зобов'язана працювати та представляти інформацію за принципом достовірності, об'єктивності та незалежності поглядів, адже, обираючи певний журналістський матеріал, аудиторія довіряє автору, а неперевірені чи сфальшовані повідомлення можуть призвести до її втрати. На комунікації "автор — читач" вибудовується репутація ЗМІ як найвагоміша перспектива їх подальшої взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З-поміж науковців, які досліджують новітні мас-медіа, виокреми-

мо С. Гарькавець, О. Гоцур, Г. Горбенко, В. Золяк, Н. Зражевську, В. Іванова, З. Партика, В. Карлову, О. Керц, І. Костирю, Ю. Костюка, І. Крупського, Ю. Лавриш, В. Межуєва, О. Мітчук, В. Олексенка, А. Орлова, Г. Почепцова, В. Різуна, В. Теремка, О. Ткаченко, Ю. Фінклера, Т. Хоменко, О. Чекмишева, А. Чічановського, Н. Яблоновську та інших.

У публікаціях зазначених авторів проаналізовано систему засобів масової інформації, роль медіа у формуванні національної свідомості реципієнта, вплив на громадську думку, суспільну свідомість; наголошено на значенні та місці ЗМІ в розвитку держави; акцентовано увагу на проблемах національної культури, духовності, ролі української мови в загальнокультурному процесі; визначено роль і місце радіо, телебачення, друкованих та мережових видань у новітньому комунікаційному просторі.

Отже, у сучасній науці створені теоретичні передумови для поглибленого вивчення особливостей комунікативного процесу реципієнта й засобів масової інформації в глобалізованому просторі. Однак, на нашу думку, попри вдалі спроби розглянути окреслені проблеми, особливості комунікації реципієнта й засобів масової інформації в глобалізованому просторі досліджено недостатньо, що й становить *мету* пропонуваної статті.

Виклад основного матеріалу. Глобалізаційні процеси активно стимулюють загальносвітові тенденції розвитку, утверджуючи єдині закони, принципи й складники загальносвітової комунікації. Наразі наріла потреба з'ясувати особливості взаємодії між реципієнтом і ЗМІ в сучасному глобалізованому просторі.

У студії "Діалог культур на сайтах ЗМІ Житомира" автори наголошували, що спілкування між реципієнтами здатне поглибити розуміння власної культурної ідентичності [1, с. 166], а отже, узгоджена та взаємовигідна комунікація в умовах глобалізації репрезентує для реципієнта та ЗМІ стандарти новітньої моделі життєдіяльності світу загалом, а також динаміку, що характеризується побудовою нових соціальних компонентів, серед яких управлінські структури, освітні інновації, інформаційні технології тощо.

Нині медіа швидко транслюють повідомлення, екстраполюючи їх до суспільної свідомості. Телебачення, радіо, преса, Інтернет створюють необхідне комунікативне поле для аудиторії, водночас рівень її готовності до критичного сприйняття інформації сьогодні доволі низький. Отримуючи численні повідомлення, користувачі часто сприймають їх лояльно, надаючи можливість для ментальних маніпуляцій. У процесі налагодження комунікації в суспільстві важливу роль відіграє працівник ЗМІ. Вирішуючи професійні завдання, поставлені редакційним колективом, журналіст має дотримуватися моральних зобов'язань і норм як особисто, так і перед громадськістю. Акумулюючи функції найманого працівника, професіонала та представника суспільства, медійник постає перед дилемою: чи подавати правдиві факти, як того потребує аудиторія, чи обрати шлях лицемірства й, нехтуючи законами моралі й совісті, висвітлювати події на потребу замовників.

Життєві процеси, суспільні катаклізми змушують працівника ЗМІ вибудовувати комунікаційну стратегію в спілкуванні з реципієнтом, в основі якої — концепція розвитку творчої людини, закладена Ф. Прокоповичем: "Не пиши для наших днів, розраховуючи на те, щоб ті люди, які живуть тепер, тебе хвалили й поважали, а, охопивши думкою все століття, складай історію краще для прийдешніх поколінь і від тих добивайся нагороди за її написання, щоб і про тебе колись сказали: це справді була вільна людина і її розповідь цілком заслуговує на довіру. У нього не було нічого лицемірного й рабського, і в усьому він ішов тільки за правдою" [6]. Саме чесність і справедливість у висвітленні різнопланових думок мають бути головними в роботі журналіста.

Виконуючи функцію зв'язку між владою і громадянським суспільством, представниками соціальних груп, національних меншин тощо, ЗМІ збирають і поширюють інформацію, що дає змогу учасникам діалогу зрозуміти глибинну психологію людей, які проживають і працюють поряд. Інформаційні потоки трансформують стан і розвиток культурних процесів, у яких журналіст виконує роль ретранслятора для реципієнтів. Глобалізаційні впливи спричиняють зміну формату комунікації між людьми, за якого очне спілкування активно замінює інформаційний співрозмовник, чії функції виконують медіа. Від роботи працівників ЗМІ залежить і психологічний клімат у суспільстві, і презентація держави на загальносвітовому рівні. Засоби масової інформації, досліджуючи комунікативні процеси між представниками культурного середовища, визначають коло подій, що мають пріоритетне значення, та пропонують загальні принципи їхнього висвітлення в матеріалах.

Отже, наразі медіа є найефективнішим засобом налагодження діалогу у глобалізованому просторі, що сприяють формуванню потреб та інтересів особистості, визначають пріоритетні завдання, репрезентують досягнення світової культури, політики, економіки, конструктивно впливають на становлення та розвиток свідомого представника суспільства. Набувають актуальності заходи, спрямовані на формування інформаційних смаків у реципієнта, підвищення його інтелектуального рівня та вироблення умінь і навичок користування медіасистемами. Бажані результати можливі за умови взаємної зацікавленості спільними ідеями, залучення реципієнта до вирішення проблем тощо. З цією метою в ЗМІ активізується робота з розширення кола публікацій, котрі висвітлюють проблеми національних меншин, соціальних груп, вікових категорій, питання моралі, реалізації власного потенціалу, адаптації в суспільному середовищі, що сприяє позитивному результату комунікації між реципієнтом і медіа. Сьогодні представники засобів масової інформації мають відстежувати та аналізувати суспільні настрої й думки, аби вчасно виявити негативні тенденції й локалізувати конфліктну ситуацію завдяки публічному з'ясуванню її причини. Акцентуючи увагу на вирішенні проблеми, медіа здатні мінімізувати непорозуміння, знявши соціальну напругу

через заперечення та неприйняття "мови ворожнечі", ксенофобії, зразків низької культури тощо. Особливої ваги набуває потреба збільшити в часі та поліпшити якість аналітичних і культурологічних передач, які пропагують головні життєві цінності й національні пріоритети. Журналістика стає вагомим компонентом міжкультурного діалогу, його консолідуючою та організаційною силою. Медіадіяльність активізує життя держави та соціально-психологічний клімат суспільства.

Глобалізований простір потребує від ЗМІ максимально точно та повно доносити до реципієнта інформацію, що активізує мовленнєві техніки, дає змогу використовувати різноманітні елементи для налагодження контакту, а саме: каламбури, жаргонізми, трансформовані фразеологізми, вражаючи та креативні заголовки, звернення до читача на "ти" тощо. Така методика сприяє посиленню комунікації між журналістами та реципієнтами, водночас для сучасних публікацій характерні однорідність стильових концепцій, брак індивідуального стилю тощо.

Отже, завдання розширення цільової аудиторії потребують від журналіста вміння адаптувати тексти для масового реципієнта, наповнюючи їх близькою для сприйняття образною системою, символікою та проблематикою. Вагому роль у функціонуванні сучасних медіа виконує гіпертекстова структура, що дає змогу поглибити сприйняття інформації та її трактування. Нелінійне розширення тексту завдяки гіперпосиланням допомагає, через коментарі й посилання, вибудувати асоціативний зв'язок між подіями та їх учасниками, сформувавши в уяві реципієнта багатовимірний комунікативний простір. Можливість переходити від одного фрагменту тексту до іншого дає змогу заглибитись у першооснову події, спробувати самостійно дослідити її причину. Найактивніше стратегічну базу гіпертекстів і гіперпосилань використовують мережеві видання, що нині є повноцінним учасником комунікативного простору. Переваги виразні вже на первинному рівні, коли реципієнту пропонують інформацію майже в режимі реального часу, що створює ефект участі або присутності на місці події. Режим постійного оновлення інформаційних повідомлень дає змогу оцінити реакцію присутніх, а завдяки коментарям — з'ясувати ставлення учасників діалогу до події. Архівна база сприяє поглибленій аналітиці екстрапольованої системи інформації. Розміщення відомостей на сайті й миттєве їх поширення активізує інформаційне поле та збагачує комунікативні функції ЗМІ періоду глобалізації. Учасником діалогу стає активний реципієнт, який завдяки технологічним можливостям медіа через листування, голосування, участь у дискусії зростає до рівня учасника творчого процесу, озвучує нову інформацію про подію, пропонує цікаві ідеї. Віртуальний учасник комунікації прагне до співпраці з джерелом інформації, а журналіст у мережевому середовищі стає організатором інтерактивних процесів, створюючи доступ до будь-якого матеріалу. Сучасний медіапростір надає нові можливості трансляції інформації, забезпечуючи свободу слова, важливу для комунікації реципієнта й ЗМІ.

Журналіст, налагоджуючи зв'язок із представниками мережевої спільноти, має уникати сухого спілкування, пропонуючи натомість якісне та лаконічне мовлення, сповнене елементів прихованої діалогічності, мінімізованого офіціозу тощо. Реалізація такої комунікативної політики сприяє демократизації взаємодії, наближуючи медіа до реципієнта. Працівники інформаційного ресурсу вибудовують систему комунікації представників різноманітних груп для наведення найвагоміших, на їхню думку, аргументів. Нагальною є потреба збереження й підтримки засобів масової інформації, в концепції яких превалює висвітлення культурних, виховних, етичних і національних потреб учасників комунікативного процесу.

ЗМІ активно впливають на формування мас-медійної продукції, що допомагає реципієнту сприймати світ, формувати власні моральні принципи та культурні настанови. Сучасні медіа пропонують аудиторії різнопланову інформацію про численні події суспільного життя, до яких причетні представники різноманітних національних культур — відомі політики, науковці, літературні критики, економісти, актори, спортсмени, що здобули визнання громадськості. Ознайомлення реципієнта з життям і діяльністю цих персоналій сприяє репрезентації їхніх цінностей і налагодженню різнобічного взаємовигідного спілкування, що дає змогу формувати суспільну думку, стереотипи й програмувати форми комунікації аудиторії й ЗМІ у глобалізованому просторі.

Сьогодні увагу споживачів найчастіше привертає фіксація в медіа поглядів альтернативного характеру стосовно вже отриманої інформації, що утворює базовий потенціал для майбутніх аналітичних досліджень. Комунікація між реципієнтом і ЗМІ набуває вагомого значення за умови системної співпраці. Зокрема, важливим чинником є фіксація дат виходу текстів, за допомогою яких користувач здатний простежити логіку та історію розвитку події. Журналістське супроводження події в низці матеріалів, об'єднаних інформаційним приводом, учасниками тощо, допомагає реципієнтові розвивати, уточнювати, деталізувати власні знання, підвищувати рівень інформаційної грамотності. Публікації, присвячені суспільним процесам, орієнтують учасників на налагодження контактів, унаочнюють комунікативну картину соціуму. Матеріали аналітичного характеру з оглядовими інформаційними компонентами, статистичними показниками сприяють дослідженню ідентичності реципієнта, його місця в суспільстві.

Висновки. У результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що питання комунікації реципієнта й засобів масової інформації у глобалізованому просторі є вагомим компонентом сучасного суспільного процесу. Глобалізаційна комунікація активно впливає на загальносвітові тенденції розвитку соціуму, утверджуючи єдині закони й принципи, посилюючи можливості для поглибленого вивчення культурних цінностей для учасників суспільного процесу, в якому вагому роль відіграє рівноправний діалог між аудиторією та журналістом. Формування мас-медійної продукції допомагає реципієнтові сприймати світ, репрезентуючи

різнопланові аспекти культурного співіснування в державі та екстраполюючи вміння сприймати й аналізувати події. Журналістські матеріали, які втілюють компетентність, знання, професіоналізм, досвід авторів, долучають аудиторію до розуміння законів сучасного життя, сприяють вчасному виявленню та запобіганню комунікаційним ризикам у культурній, політичній та економічній сферах новітнього глобалізованого світу.

Список використаної літератури

1. Башманівський В. Діалог культур на сайтах ЗМІ Житомира за 2014 рік / В. Башманівський // Соціум. Документ. Комунікація: збірник наукових статей. Вип. 1 / [ред. колегія: Коцур В. П. (голов. ред.) та ін.]. — Переяслав-Хмельницький, 2016. — С. 162—175.
2. Гарькавець С. О. Особливості впливу соціальної комунікації на політичну активність особистості в умовах глобалізаційних процесів / С. О. Гарькавець // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Психологія. — 2012. — № 1032, вип. 50. — С. 225—228.
3. Зражевська Н. І. Масова комунікація і культура: Лекції / Н. І. Зражевська. — Черкаси, 2006. — 195 с.
4. Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості / В. В. Карлова. — Режим доступу: academy.gov.ua/ej/ejb/txts/07kvvunc.htm. — Назва з екрана.

5. Костиця І. Роль засобів масової інформації в сучасній соціальній комунікації / І. Костиця. — Режим доступу: ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/8-kostyrya.pdf. — Назва з екрана.
6. Прокопович Ф. Про риторичне мистецтво... (Том 1) Книга 6 / Ф. Прокопович. — Режим доступу: library.ivfr.net.../ page, 2, feofan-prokopovich_pro-ritorichne_mistectvotom_knig. — Назва з екрана.

Раскрыта проблема коммуникации реципиента и средств массовой информации в глобализованном пространстве; СМИ рассмотрены как активная информационно-коммуникативная система, способствующая достижению взаимопонимания человечества на базе общекультурных норм.

The article deals with the problem of the recipient and mass media communications in a globalized world, found the specific key terms considered as active media information and communication system, aimed to achieve mutual understanding in society on the basis of general cultural normative criteria.

Надійшла до редакції 3 серпня 2018 року

БІБЛІОТЕЧНА СПРАВА



УДК 021.64[005.745:025.1-051](100)



Лілія Прокопенко,
кандидат історичних наук, доцент,
головний бібліотекар науково-дослідного відділу
Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого

Конференція директорів національних бібліотек (CDNL) як міжнародний форум національних бібліотек світу

Здійснено історико-бібліотекознавче узагальнення основних напрямів і результатів діяльності Конференції директорів національних бібліотек (CDNL). Визначено її роль у розвитку стратегічного партнерства національних бібліотек країн світу, розбудови їх відносин із професійним, державним і приватним секторами, налагодженні ефективної комунікації, зокрема у сфері цифрових ініціатив.

Ключові слова: Конференція директорів національних бібліотек, CDNL, міжнародні бібліотечні організації, міжнародна бібліотечна співпраця, національні бібліотеки.

Постановка проблеми. У межах бібліотечних систем країн діяльність національних бібліотек (НБ), що виконують особливі функції, зазвичай закріплено на законодавчому рівні, а отже ефективна реалізація бібліотечної політики впливатиме й на суспільні процеси. Активна позиція лідерів національних бібліотечних систем є важливим складником їх здатності взаємодіяти з соціумом, а також підтримувати основні цінності глобальної професійної спільноти. У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз спів-

праці представників НБ країн світу, яка успішно реалізується під егідою Конференції директорів національних бібліотек (Conference on Directors of National Libraries — CDNL).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поточну діяльність CDNL, стан і результати впровадження її окремих проектів висвітлюють фахові періодичні видання (зокрема, IFLA Journal, "Новости Международной федерации библиотечных ассоциаций и учреждений") на рівні інформаційних повідомлень або