



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців
«СУЧАСНИЙ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:
ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ»



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ФІЛОЛОГІЇ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців
«СУЧАСНИЙ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:
ІСТОРИЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ»

Суми, 25–26 травня 2023 р.

УДК 007 : 304 : 070

3641 **Збірник наукових праць** II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи». Суми : Сумський державний університет, 2023. 114 с.

До збірника увійшли наукові дослідження молодих науковців, аспірантів та студентів, учасників II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Дослідження пов'язані з комплексною програмою науково-дослідних робіт СумДУ, безпосередньо з науковим напрямом досліджень кафедри журналістики та філології у межах теми «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи».

Для викладачів, учителів, науковців, аспірантів, докторантів, студентів та інших зацікавлених осіб.

3641 **Collection of scientific works** of the II All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists «Contemporary mass communication space: history, realities, prospects». Sumy : Sumy State University, 2023. – 114 p.

The collection includes scientific materials of young scientists, postgraduates and students, participants of the II All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists. The studies are related to the comprehensive program of research works of Sumy State University, directly with the scientific direction of research of the department of journalism and philology within the framework of the topic «Contemporary mass communication space: history, realities, prospects».

For lecturers, teachers, scientists, graduate students, doctoral students, students and other interested persons.

РЕДКОЛЕГІЯ: *Володимир Садівничий*, д-р наук із соц. комунік., голова; *Ірина Жиленко*, д-р філол. наук, заст. голови; *Тетяна Ковальова*, канд. наук із соц. комунік.; *Інна Сипченко*, канд. наук із соц. комунік.; *Ярослав Яненко*, д-р наук із соц. комунік.

EDITORS: *Volodymyr Sadivnychy*, D. Sc. (Social Communications), head; *Iryna Zhylenko*, D. Sc. (Philology), deputy head; *Tetiana Kovalova*, PhD (Social Communications); *Inna Sypchenko*, PhD (Social Communications); *Yaroslav Yanenko*, D. Sc. (Social Communications).

*Матеріали друкуються в авторській редакції.
The materials are printed in the author's editorial office.*

ІЗ ВДЯЧНІСТЮ ГЕРОЯМ:

**солдатам та офіцерам Збройних Сил України,
територіальної оборони та добровольчих формувань
за можливість в умовах війни
проводити навчальний процес та займатися наукою!**

**ВІРИМО В УКРАЇНУ!
БУДУЄМО ОСВІЧЕНУ УКРАЇНУ!**

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Тетяна Чекотило,
магістрантка, Сумський державний університет

Публікація присвячена аналізу соціальних комунікацій та моделей публічної поведінки у медіа України під час повномасштабного вторгнення росії від 24 лютого 2022 року. Основними джерелами послужили вітчизняні та зарубіжні новинні онлайн-ресурси, соціальні мережі лідерів думок та масові настрої громадян у контексті воєнної тематики. Аналіз джерел із залученням методологічних підходів соціальних наук дозволив сформулювати та обґрунтувати концепцію про сучасне суспільство воєнного часу як суспільство традиційне, яке використовує технології модерну як захисту свого майбутнього. Зазначена проблематика може розглядатися як приклад типової моделі соціальних комунікацій в Україні нового періоду.

Ключові слова: російська агресія, соціальні комунікації, масові настрої, традиційне суспільство, суспільство, влада, народ.

SOCIAL COMMUNICATIONS IN THE CONDITIONS OF MARITAL STATE

Tetyana Chekotylo,
Master's student, Sumy State University

The publication is devoted to the analysis of social communications and models of public behavior in the mass media of Ukraine during the full-scale invasion of Russia on February 24, 2022. The main sources were domestic and foreign online news resources, social networks of opinion leaders and mass sentiments of citizens in the context of war topics, as well as the decisions of the Ukrainian authorities in response to Russian aggression. The analysis of sources with the involvement of methodological approaches of social sciences made it possible to formulate and substantiate the concept of modern wartime society as a traditional society that uses modern technologies to protect its future. The mentioned problems can be considered as an example of a typical model of social communications in Ukraine of the new period.

Key words: russian aggression, social communications, mass attitudes, traditional society, society, power, people.

Соціальні комунікації завжди були провідником у пошуку істини. Існуючи численну кількість століть, вони допомагають досліджувати явища суспільного життя народів, регулюють соціальні відносини і сприяють взаємодії різних верств населення між собою.

Розглядаючи напрями соціальних комунікацій, варто згадати й дослухатися до визначення професора В. В. Різуна: «Під соціальними комунікаціями необхідно розуміти таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, впровадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні користувачі соціальної взаємодії. Ці комунікації є соціально маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей. Соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які

технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільнокомунікаційної справи» [1, с. 1].

У термін «соціальна комунікація», дослідник вкладає два значення: 1) соціальна комунікація як різновид соціальних комунікацій; 2) соціальна комунікація (частіше у цьому значенні – суспільна) як різновид публічного спілкування, що є окремим видом суспільно-культурної діяльності і лежить в основі соціальних комунікацій.

О. М. Холод визначає соціальні комунікації як комплекс організованих дій (збір інформації, її обробка, трансляція і верифікація впливу інформації на споживача), що спрямовані на обмін соціально важливою інформацією та регулювання соціальних дій, взаємодій і відносин між соціальними суб'єктами й об'єктами у суспільстві. На думку автора, це системні процеси формування соціальних практик за допомогою комунікаційних технологій під час створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта [2, с. 46].

Безперечно, комунікація є головною передумовою становлення, функціонування та розвитку всіх соціальних систем, оскільки вона забезпечує комунікацію між людьми та може накопичувати та передавати соціальний досвід.

Більше року тому в українській державі сталося соціальне потрясіння. Відбулася поява нових тісних комунікацій як внутрішніх, так і зовнішніх. На жаль чи на щастя, з'явилася і зацікавлена публіка, яка спостерігає за трагічним розгортанням подій. Це також послугувало можливістю познайомитися з детальною історією країни. У ній нинішня цивілізація, проходячи новий шлях у своєму розвитку, представляє для нас складну систему людських спільнот, яка в процесі своєї еволюції набуває все більше характерних рис цілого соціального організму. Внутрішнє єдине тіло цього організму забезпечує розвиток систем правових соціальних комунікацій, які постійно вдосконалюються у відповідності з розвиненими соціальними потребами на базі розвитку науково-технічного прогресу, стимульованого, у свою чергу, суспільною працею. Сьогодні цей процес удосконалення системи розвивається в двох основних напрямках: підвищення якості та інтенсивності циркуляції інформації в уже діючих каналах, а також у зв'язку з постійним ускладненням суспільства, розмноженням, удосконаленням наявних структур.

Канали передачі повідомлень у процесі організації доступу до інформації трансформуються для обслуговування нових соціальних структур, створених у процесі військових подій.

До прикладу, відомі онлайн-медіа створили окрему рубрику «Війна», де відтворюють усі події з цієї тематики. За допомогою окремої рубрикації, журналісти втілюють композиційну структуру подальших повідомлень. «Укрінформ» створив окремий розділ «Війна» на сторінці

сайту у верхньому лівому кутку, виділивши його чорним жирним шрифтом і жовтим фоном. «Deutsche Welle» вирішив підкреслити цей напрямок більш широкою рубрикацією, поділивши його на «Війна росії проти України» та «Воєнні злочини в Україні». «ТСН» подають на своєму сайті «Війну» у стрічці шостою, одразу ж після рубрики «Політика», надаючи їй підкреслення жовтим кольором. «Радіо Свобода» подає інформацію закріпленою у п'ятому пункті стрічки рубрикації. Медіа «Уніан» подає «Війну» одразу ж після пункту «Головна», підкреслюючи таким чином важливість цієї інформації на тлі іншої. Вдало володіти та передавати повідомлення в цьому допомагають лінійні моделі соціальної комунікації.

Оскільки комунікаційний процес у різних ситуаціях взаємодії, як правило, змінюється залежно від числа учасників, цілей сторін-учасниць, використовуваних каналів, засобів, стратегій тощо, то у сучасній науці існує велика кількість моделей комунікації, розроблених у рамках різних наукових підходів. Розгляд моделей є важливим, адже вони відображають і визначають особливості і стиль соціального спілкування, характерного для певного часу і простору.

Більшість моделей комунікації було створено у ХХ ст. Але перша з відомих моделей була запропонована ще Аристотелем. Він писав, що промова складається з трьох елементів: з самого оратора, з предмета, про який він говорить, і з особи, до якої він звертається; саме він (тобто, слухач) і є кінцевою метою всього. Таким чином, ця модель універсальна – вона відображає комунікативний акт як в усній, так і в письмовій формах. У цьому акті виділяються три основних елементи комунікації: ОРАТОР – ПРОМОВА – СЛУХАЧ

Модель Аристотеля залишалася практично незмінною аж до ХХ ст. Тільки з розвитком масових комунікацій через радіо, кіно, телебачення і під впливом потреби в удосконаленні методів пропаганди вона зазнала змін [3, с. 14]. Зараз елементи можна зобразити таким чином:

КОМУНІКАНТ – ПОВІДОМЛЕННЯ – КОМУНІКАТ

Ця модель не тільки побудована на матеріалах журналістів, а й має своє місце на офіційних та особистих сторінках у соцмережах українських лідерів думок (волонтерів, медійних особистостей та політиків). З'являються також і офіційні канали в Телеграм, сторінки у Твіттері, Фейсбуці, які підсилюють передачу соціальної інформації за аналогічною схемою. Місцеві редакції також переходять на онлайн інформування. Переважна більшість має можливість зворотного зв'язку, з'являються нові теми для обговорення та дій, українське суспільство об'єднується задля спільної мети: перемоги.

Можна з усією відповідальністю стверджувати, що завдяки таким крокам соціальні комунікації стають набагато продуктивнішими. Жоден регіон не розвивається ізольовано. Типові соціальні практики та моделі соціальних комунікацій мають поширення не тільки на території України, а й на всій території Європи, тим більше, будучи підкріплені владними імпульсами та пануванням єдиної ідеології. Автентичні документи епохи: скарги та звернення громадян,

доповідні записки про співпрацю із ворогом, документування злочинів, короткі фактичні повідомлення, що оприлюднюються – дозволяють уявити живу соціальну тканину певного історичного періоду у всьому різноманітті, побачити за конкретними випадками єдність цінностей, так само як турбот, проблем, тривог і способів їх подолання, що робить людей єдиним народом.

Звісно, на початку повномасштабного вторгнення спостерігалася нечітка побудова системи інформаційного зв'язку та погана якість роботи соціальних інститутів. Це призвело до плутанини, паніки, дезінформації, втрати мотивації та продуктивності усіх пов'язаних між собою систем українського суспільства. Проте згодом, завдяки внутрішній пропаганді, національному духові, міцній суспільній свідомості, було створено чітку систему і навіть план каналів зв'язку та інформації, щоб усі верстви населення були інформованими та зв'язаними один з одним, що дуже важливо у воєнний час.

Із розвитком військової ситуації до масових мотивів патріотичних настроїв та відповідних вчинків додавалися мотиви особисті, що впливали з індивідуального переживання війни. Одним із найважливіших у цьому випадку виступав мотив особистої помсти за пережиті страждання, за загибель рідних у кривавій війні.

Не менш дієвим мотиватором у соціальних комунікаціях виявлялося почуття колективізму, яке в даному випадку приймало обличчя безпосереднього та гострого переживання спільності та єдності історичної долі, бажання бути там, де були рідні, друзі, однолітки. У низці новин про мітинги, благодійні заходи, волонтерство, вибухи, окупацію, звільнення територій, полонених військових, поранених цивільних тощо це почуття проглядається цілком виразно.

Висновки. Домінанти вищих нематеріальних цінностей, солідарні соціальні практики, підпорядкованість особистості соціуму, моральне і формально-нормативне засудження індивідуалізму й егоїстичних тактик виживання (таких, як співпраця з окупантами) – все це дозволяє нам визначати українське суспільство військового часу як традиційне суспільство, що використовує для захисту свого майбутнього та історичної суб'єктності управлінські й технічні досягнення епохи Модерну.

Такий синтез у соціально-історичній конкретиці цивілізації пройшов перевірку війною на міцність і довів свою кінцеву ефективність, незважаючи на окремі недоліки. Отже, в історичній перспективі він може бути прийнятий за основу для вибудовування стратегій розвитку соціальних комунікацій перед викликами і загрозами в епоху глобалізації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] Київ, 2011. URL: file:///C:/Users/pc/Downloads/54589977.pdf

2. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. й доп. Київ, 2018. 370 с.
3. Соціальні комунікації в управлінні: Конспект лекцій / Укладач К.Ю. Богомаз. Дніпродзержинськ, ДДТУ, 2016. 84 с.
4. Виходець О.М. Соціальні комунікації в культурі української організації: монографія / О.М. Виходець Одеса : Олтех, 2010. 285 с.
5. Бебик М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз: Моногр. Київ : МАУП, 2009. 440 с.
6. Романенко Ю. В. Сміслоутворення в соціальних системах / Ю.В. Романенко. Київ, 2005. 274 с.
7. Никифорова А. Р., Никифорова Н. О. Соціальна інженерія як напрям у пострадянській соціології: проблеми становлення і розвитку / А. Р. Никифорова, Н. О. Никифорова // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : зб. наук. праць. Київ, 2009.