

УДК 007: 304: [070+655+659+02]: 001  
С 69

**Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі :**  
С 69 тези Другої Міжнародної науково-практичної конференції (16 листопаду 2017 р., м. Київ) / Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. – Київ : Видавництво КУБГ, 2017. – 82 с.

УДК 007: 304: [070+655+659+02]: 001

## Напрями роботи конференції:

- **Світовий та вітчизняний досвід розвитку суспільних комунікацій**
- **Розвиток сучасних досліджень у галузі комунікативістики**
- **Професійний потенціал майбутніх фахівців у сфері комунікацій в Україні та світі**
- **Проблематика сучасних досліджень в галузі психології та соціології масової комунікації**
- **Полі- та крос-культурність суспільної комунікації**
- **Кібербезпека та медіаосвіта як відповідь теоретиків та практиків на виклики сьогодення**
- **Перспективи розвитку видавничої справи в Україні**
- **Крос-культурний аспект рекламної та PR-комунікації**
- **Місія бібліотеки в умовах розвитку сучасного інформаційного простору**

## Місце проведення конференції:

### **Інститут журналістики**

Київського університету імені Бориса Грінченка  
м. Київ, вул. Маршала Тимошенка, 13-б

# Зміст

---

---

## **Світовий та вітчизняний досвід розвитку суспільних комунікацій**

---

Бухтатий О. Є. ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ФУНКЦІЇ У ФУНКЦІЮ ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У РЕАЛІЯХ ДЕМОКРАТИЧНИХ СУСПІЛЬСТВ .....	7
Бондаренко Т. Г. МОВНО-КОМПОЗИЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ АНОНСІВ В АСПЕКТІ ФОРМУВАННЯ АУДИТОРІЇ ТЕЛЕБАЧЕННЯ .....	10
Шмига Ю. І. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ФУНКЦІОНАЛІСТСЬКА ПАРАДИГМА .....	13
Коваль С. В. ТРАДИЦІЙНІ ТА НОВІТНІ ФОРМИ ЗАЛУЧЕННЯ КОРИСТУВАЧЬКОГО КОНТЕНТУ .....	16
Нестеренко О. А. СПОСОБИ ОФОРМЛЕННЯ ФОТОКОНТЕНТУ В ЛОНГРИДАХ .....	19
Мельникова О. С. СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ДИСИДЕНТСЬКИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ (1986–1991) .....	22
Кузнецова М. О. СПОСОБИ ПОБУДОВИ КОМУНІКАЦІЇ З ГЛЯДАЧЕМ ПОПУЛЯРИЗАТОРІВ НАУКИ В НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ТЕЛЕПРОГРАМАХ .....	25

## **Розвиток сучасних досліджень у галузі комунікативістики**

---

Доній Н. Є. ПРАКТИКА «LIFE WRITING» В УМОВАХ ГІПЕРДИНАМІЧНОГО СУСПІЛЬСТВА .....	28
Нестеряк Ю. В. МІСЦЕ КОМУНІКАТИВІСТИКИ У КЛАСИФІКАЦІЇ НАУКОВИХ ДИСЦИПЛІН .....	31

# Тези конференції

---

---

Санакуєв М. Г. НОВІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ – НОВІ ТРУДНОЩІ .....	34
Рак О. Ю. КОМУНІКАТИВНЕ «МЕНЮ» УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ .....	36
Белла М. В. ПРО ПОЗАРОЛЬОВУ ДОМІНАНТУ ВІРТУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ .....	38
Алтухова Н. С. ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО НАПОВНЕННЯ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЖУРНАЛІВ «КРАЇНА» І «УКРАЇНСЬКИЙ ТИЖДЕНЬ» .....	41

---

## **Професійний потенціал майбутніх фахівців у сфері комунікацій в Україні та світі**

---

Сошинська В. Є. ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ У СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 029 «ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА» .....	43
Сошинська Я. Є. ПРОФЕСІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ФАХІВЦІВ З МЕДІАМЕНЕДЖМЕНТУ .....	45
Глебова Н. І. ПРОФЕСІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ .....	47

---

## **Проблематика сучасних досліджень в галузі психології та соціології масової комунікації**

---

Куцай Т. І. ВПЛИВ ГАСЕЛ НА ПОВЕДІНКУ ЛЮДИНИ ЯК СПОСІБ МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ .....	50
Афанасьєв І. Ю. ЗБІЛЬШЕННЯ РОЛІ ПРИКЛАДНИХ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НАСЕЛЕННЯ КИЄВА У РЕКЛАМІ, PR І ЖУРНАЛІСТИЦІ .....	53

**Микола Санакуєв,**  
кандидат філософських наук, старший викладач  
кафедри реклами та зв'язків з громадськістю  
Інституту журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка

## НОВІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ – НОВІ ТРУДНОЩІ

Internet є важливим аспектом сучасної революції в системі суспільної комунікації. Цифрові технології змінюють комунікацію як всередині організацій, так і між організаціями та їх суспільними групами. Іншими словами, якщо ви працюєте в сфері публік релейшнз якоїсь організації, то це або рух з великою швидкістю, або повна зупинка – іншого не може бути. Відомий експерт в галузі сучасних засобів масової інформації Джон Павлік підсумував вплив нових технологій такими словами: «Журналісти, PR-спеціалісти та рекламодавці широко використовують нові технології, намагаючись якомога ефективніше виконувати свою роботу. Вони застосовують нові технології, намагаючись підвищити ефективність своєї роботи, виконати її швидше з меншими витратами. Більше того, нові технології дозволяють професіоналам в галузі комунікації ширше застосовувати у своїй роботі новаторський та творчий підходи, інколи приймати зовсім неочікувані та сміливі рішення» [1].

Яскравим прикладом змін, що пов'язані з появою нових технологій, є їх реальний або потенціальний вплив на те, як здійснюється комунікація в різних організаціях. Інститутом досліджень та освіти в галузі публік релейшнз (Institute for Public Relation Research and Education) зафіксовано такі найхарактерніші особливості впливу новітніх медіа-технологій:

- комп'ютерні мережі Internet та Intranet зробили двосторонній зв'язок ще досконалішим;
- ландшафт ЗМІ змінюється просто на очах, і цей процес продовжуватиметься ще протягом декількох десятиків років;
- нові технології дозволяють розподіляти та отримувати набагато більше інформації та даних, ніж це вдавалось досі [2, с. 3].

Цифрові технології, основою яких є множинність взаємопов'язаних комп'ютерних мереж, дозволяють людям самостійно шукати, обирати та «вилучати» необхідні їм біти інформації. Ці зміни змушують нас по-новому подивитися на роботу ЗМІ, а також оцінити роль тих, хто в минулому так чи інакше впливав на відбір та фільтрацію інформації. Коротше кажучи, технологія, яка робить легким

отримання практично будь-якої інформації, доступна кожному, хто має доступ до WorldWideWeb (www), докорінно змінює спосіб комунікації PR-спеціалістів як із внутрішньою, так і зовнішньою громадськістю [3].

Керівникам PR-служб в майбутньому необхідно буде певною мірою контролювати зміст, розробку та експлуатацію Web-сайтів та інших стратегічних комунікацій своїх організацій, або «просіювати» комунікації, що є малоефективним засобом. Баланс влади в цій царині швидко зміщується у бік мільйонів користувачів, які сьогодні користуються мобільним Internet-зв'язком та спілкуються за принципом «багато з багатьма».

Зміни настільки швидкоплинні, що навіть сама система не здатна сьогодні впоратись з ними. Наприклад, користуючись пошуковими браузерами та серверами, користувач змушений продивлятися мільйони сторінок, які не захищені паролями і блоками. Такі сторінки негативно впливають на пошук інформації, і ця тенденція погіршується.

Підсумовуючи, варто зазначити, що спроби детального відстеження змін в світі засобів розповсюдження інформації подібні до сізифової праці. Тому залишається лише констатувати, що швидкий розвиток новітніх технологій та стирання меж між різними засобами розповсюдження інформації за мірою їх конвергенції в єдиний цифровий світ, в недалекому майбутньому викличе появу ударних хвиль змін. Ці зміни будуть стосуватися способів використання засобів як для внутрішньої, так і зовнішньої комунікації.

### **Список літератури**

1. Pavlik J. V. *New Media and the Information Superhighway* / J. V. Pavlik. — Boston : Ally & Vasop, 1996. — 6 p.
2. Катлип С. М., Сентер А. Х., Брум Г. М. Паблик рилейшнз. Теория и практика, 8-е изд. : Пер. с англ. : учеб. пособ. / С. М. Катлип, А. Х. Сентер, Г. М. Брум. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. — 319 с.
3. Соколов А. В. *Общая теория социальной коммуникации* : учеб. пособ./ А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. — 209 с.