

УДК 615.8+616-036.82

*Л. Юрченко, д. філос. наук, проф., доц. каф. (ORCID 0000-0003-4957-338X)**М. Харламов, д. іст. наук, проф., проф. каф. (ORCID 0000-0002-5289-0290)**Л. Гонтаренко, к. психол. наук, доц. доц. каф. (ORCID 0000-0001-6993-5494)**С. Каріков, д. іст. наук, проф., проф. каф. (ORCID 0000-0001-5121-4103)**Національний університет цивільного захисту України, Харків*

ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ СУЧАСНОГО СВІТУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Феномен соціально-психологічної комунікації прямо чи опосередковано пов'язує практично всі сфери людського життя і діяльності а саме, забезпечує накопичення і передачу соціального досвіду, елементів культури, здійснює управління та інші дії соціального механізму. І все це особливо важливо на фоні війни.

Проникнення комунікації у всі сфери життєдіяльності супроводжується не тільки виникненням якісно нового типу соціальних структур і процесів, а й глибоким переосмисленням природи соціальної реальності, місця і ролі комуніканта в психологічному полі загострення соціально-психологічної небезпеки.

Для успішного досягнення цілей, комунікаційна інформація має ґрунтуватися на знанні, умінні та стимулі, що не виключає також і емоції учасників, оскільки комунікант прагне емпатії, отриманню співчуття, а реципієнт шукає душевний комфорт.

Питання соціально-психологічної комунікації стало центральним у дискусії про те, чим є теперішній світ і які зміни чекають людство у майбутньому. Інформаційні технології, які пов'язані з процесами комунікації роблять дуже вразливим кожного індивіда. За допомогою Інтернету, мобільного зв'язку можна у режимі реального часу спостерігати за акціями масових протестів, терористичними актами, або слухати промови радикально налаштованих політичних лідерів. Виявляється, що сьогодні вже не достатньо дотримуватися тільки тих норм, які продукують позитивні звичаї або традиції. Необхідний розвиток нового сенсу справедливості, нового, більш універсального розуміння людини, її гідності та поваги.

Явище соціально-психологічної комунікації може призвести до того, що разом із наявною індивідуалізацією свідомості особистості виникає явище масової її реальної поведінки, у тому числі й політичної. Оскільки сучасні засоби комунікації здебільшого приватизуються різними політичними угрупованнями, є ризик отримати індивіда, який буде у реальному житті керуватися виключно емоційними, фоновими аспектами реальних подій, а не когнітивним, критичним осмисленням того, що насправді відбувається.

Позитивні аргументи на користь феномену соціально-психологічної комунікації мають переважно очевидний характер: унаслідок розвитку сучасних технологій найкращі цивілізаційні здобутки мають стати спільним ресурсом усього людства. Зокрема сильні країни допоможуть слабшим, а об'єднання зусиль дасть змогу вийти на якісно новий рівень комунікації та взаєморозуміння.

Ключові слова: соціально-психологічна комунікація, світ за умов війни, інформаційні технології, загострення кризи, життєдіяльність.

Вступ. Комунікація є взаємовідносинами, в які вступають необхідною умовою життєдіяльності людини й однією з основ існування його члени. Усі аспекти суспільства, оскільки суспільство – життєдіяльності людини пронизані це, у першу чергу, ті зв'язки та комунікацією. Саме комунікація перетворює людину як біологічний

організм в Людину в повному розумінні цього слова.

Комунікативний процес в інформаційному суспільстві необхідна передумова становлення, розвитку та функціонування всіх соціальних систем, забезпечує зв'язок між людьми та різними спільнотами, налагоджує зв'язок між поколіннями для передачі накопиченого соціального досвіду, організації спільної діяльності, розвитку культури. Зміст комунікаційних повідомлень включає: знання та вміння (комунікант щось знає або вміє й може поділитися цим досвідом з іншими людьми); стимули (вольові впливи, які спонукають до активності); емоції (комуніканту важливо емоційно «розрядитися», отримати співчуття, а реципієнт шукає позитивних емоцій і душевного комфорту). Особливий інформаційний простір для передачі повідомлень в просторі та часі формують соціально-психологічні комунікації.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей впливу соціально-психологічних комунікацій на спрямованість поведінки особистості за умов загострення соціально-політичної кризи, зокрема війни.

Основними завданнями даного дослідження є:

Визначити особливості сучасних дифенцій поняттям: комунікація, соціальні комунікації.

Проаналізувати особливості теорій комунікацій за сучасних умов.

Виявити цілісність та єдність прояву соціально-психологічних комунікацій турбулентного світу.

Розглянути основні прикмети сучасної інформаційної мережі Інтернету.

Аналіз останніх досліджень.

Соціальні виміри комунікації включають надзвичайно багатовимірне явище. Це не лише обмін інформацією, вона передбачає наявність єдиного комунікативного простору. Учасники комунікації є активними суб'єктами обміну інформацією, тобто цей процес не може бути одностороннім. Інформація об'єднує суб'єкт-об'єктний феномен в одне інформаційне поле. Інформація, що виникає в процесі обміну, набагато глибша, ніж проста сума знання. Крім того, слід пам'ятати, що комунікативний вплив можливий лише за умови, коли людина, яка спрямовує інформацію та індивід, котрий її приймає володіють однією системою передачі знань [7,13,16,19].

Комунікація здійснюється між культурами, державами, організаціями, групами, індивідами тощо. Комунікація між людьми проходить у формі спілкування завдяки цілісним повідомленням, в яких відображаються знання, думки, ідеї, цінності, емоційний стан. Організаційні стандарти комунікації формуються в результаті різних форм та видів взаємодії керівників, менеджерів та співробітників усіх рівнів. В ідеалі організаційна комунікація полегшує обмін інформацією, планування заходів, координацію проектів та соціальні взаємодії [1,2,10,15].

Комунікація виділилась в самостійний об'єкт соціальних наук у зв'язку з розвитком технічних засобів передачі інформації. Розвитку теорії комунікації сприяло становлення кібернетики, інформатики, удосконалення математичних і інженерних наук, які під терміном «комунікація» мають на увазі технічні

канали, засоби зв'язку та електронні системи.

Соціально-психологічна комунікація займає особливе місце в житті сучасного суспільства та кожної людини. З нею прямо або опосередковано пов'язані практично всі сфери нашого життя і діяльності. Вона здійснює можливим зв'язок між поколіннями, забезпечує накопичення і передачу соціального досвіду, культуру та ін. [10, 16, 17, 18, 19]. За допомогою соціально-психологічної комунікації, як організаційного спілкування, здійснюється управління, що є проявом дії соціального механізму.

Соціальна комунікація у ході свого здійснення вирішує чотири основні взаємозалежні завдання:

– інтеграція окремих індивідів у соціальні групи та спільноти, а останніх – у єдину та цілісну систему суспільства;

– внутрішня диференціація суспільства, складових його груп, спільностей, соціальних організацій та інститутів;

– відділення та відокремлення суспільства та різних груп, спільностей один від одного в процесі їхнього спілкування та взаємодії, що призводить до більш глибокого усвідомлення ними своєї специфіки, до більш ефективного виконання властивих їм функцій;

створення передумов та основних компонентів для підготовки, прийняття та здійснення управлінського рішення.

За свідченням 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. Комунікації складаються також між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціально комунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні користувачі соціальної взаємодії. Ці комунікації передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей за психологічними законами спілкування і як будь-які технологічні речі, передбачають застосування наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільно комунікаційної справи [13].

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 [17,18]. Пам'ятаємо, що соціальні комунікації це системні процеси формування психологічних практик за допомогою комунікаційних технологій під час створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта.

На розвиток сучасних ідей соціально-психологічних комунікацій і становлення теорії їхнього вивчення мали чималий вплив погляди німецького соціолога та філософа Н. Лумана. В своїх роботах автор

сформулював такі основні положення:

людські стосунки не можливі без комунікації;

соціально-психологічна комунікація покращує людські стосунки, хоча знання та судження, що вільні від помилок, не завжди є умовами збереження соціального миру;

теорія комунікації є метафізичною, надприродною і передбачає певну надлюдскість;

комунікацію слід уявляти не як явище, а як проблему й ставити питання про психологічні умови та можливості спілкування.

Дуже важливим у процесі соціально-психологічної комунікації є розуміння одним індивідом іншого, оскільки перший комунікант може мати на увазі зовсім не те, що розуміє другий. А розуміння смислу можливе лише у зв'язку з контекстом, але таким є лише зміст власної пам'яті.

Скоріш за все, на думку Н. Лумана, у комунікації є те, що охоплює більшу частину людей, на відміну від тієї кількості, на яку була спочатку розрахована в конкретній ситуації. Якщо в тих, хто спілкується, немає бажання спілкуватися, комунікація руйнується. Отже, за межами системи взаємодії правила, які функціонують у комунікації, не діють [24].

На сьогоднішній день спостерігається колосальний успіх соціально-психологічних комунікацій. Але слід пам'ятати, що навіть коли комунікація буде цілком зрозумілою, це зовсім не означає, що вона є прийнятною. Жодна соціальна система не може виникати без комунікації. Появою соціальних систем керують іноді незначні процеси комунікації та способи їхньої

трансформації в реальність. А суспільство створює соціальні системи навколо комунікативного поля.

Н. Луман вважає, що коли комунікацію розуміти правильно, виникає все більше причин відмови від неї. Адже комунікація виходить за межі спільноти осіб, що беруть участь у ній, тим самим ускладнюючи її розуміння. А, в той же час, відмова від неї спрощує взаємостосунки. Таким чином, Н. Луман приходить до висновку, що розвиток сучасного суспільства є розбалансованим. З одного боку, в певних галузях парадоксальності комунікації вдається успішно трансформуватися у повсякденні очікування навіть аж до можливості технічного управління комплексними системами, які у своїх суттєвих процесах ґрунтуються на прийнятті незалежних рішень. З іншого ж боку, є такі галузі людської діяльності, у яких справа засобів комунікаційного посередництва зведена до мінімуму, так що при очікуванні успіху комунікації навіть у простих системах взаємодії виникають перешкоди [24].

На сьогодні відомо, що успіх соціально-психологічної комунікації залежить від помірною розширення інших можливостей використання нею посередників. Посередники комунікації впливають на індивідуальну поведінку аудиторії. Крім того, беззаперечним є той факт, що індивідуальна поведінка детермінується соціальними мережами, пресою, фільмами. Але саме тут, і зосереджується суть впливу посередників комунікації. Ідеться про диференціацію суспільства на системи й підсистеми, на підсистеми в підсистемах тощо. Завдяки зв'язку з підсистемами

(політикою, економікою, правом, охороною здоров'я, вихованням) комунікаційні дії можуть набувати суспільну важливість, а отже, мати довгостроковий ефект. Техніки поширення соціально-психологічної комунікації змінюються, змінюються поняття успіху комунікації та взаємовплив різних проблемних галузей.

В цьому зв'язку А. Франс зауважував, що розуміти досконалий витвір, значить, загалом, заново створювати його у своєму внутрішньому світі. Глибоке розуміння включає співпереживання. Це означає, що потрібно не тільки побачити повідомлення, але й усвідомити поверхневий а згодом і глибинний зміст цього повідомлення. Потрібно також відкрити і пережити той емоційний стан, яким володів автор у процесі творчості. Проте, очевидно, що не кожна людина в нашу цифрову та високотехнологічну епоху зможе відтворити це у своїй душі, тому часто виникають складнощі щодо розуміння людей один одним в процесі комунікації [27].

Мануель Кастельс, іспанський соціолог, фахівець у галузі соціології урбаністики вважає, що злиття глобалізаційних і орієнтованих на індивідуальні замовлення ЗМІ та комп'ютерних взаємовідношень почало формувати нову електронну комунікацію. Відбувається нова хвиля трансформації суспільства в новітнє поле соціальних і психологічних комунікацій. Як результат, ми можемо спостерігати такі зміни:

- прагматизування власної поведінки;
- мультимедійність мислення;
- нав'язування обов'язкових контентів;

- конфлікти між бажаними й обов'язковими контентами мультимедійних потоків;

- надлишкову засміченість мультимедійних потоків;

- відсутність навичок самостійного формування мультимедійних потоків;

- копіювання чужих мультимедійних потоків;

- втручання через штамповані мультимедійні потоки у свідомість соціально незрілих особистостей та їхні ще не структуровані соціальні комунікації;

- появу нових видів бізнес-структур та нових робочих місць, що займаються виготовленням, пропагандою та розповсюдженням розважальних мультимедійних контентів;

- зміна освітніх програм, трансформацію форм і методів освітніх процесів за змістом і формою презентації, що суттєво вплине на структуру соціальних комунікацій;

- мультимедійний доступ до архівів бібліотек і цивільних баз даних (перелік послуг таксі, гіпермаркетів, бібліотек, кінотеатрів, театрів, тощо);

- появу нових форм самоідентифікації особи у мультимедійних мережах за змістовими критеріями;

- необхідність об'єднуватися у соціальні спілки та спільноти завдяки мультимедійним системам зумовить появу нових норм і санкцій такого спілкування й об'єднання;

- появу соціально-психологічної стратифікації у середині глобального мультимедійного простору [22].

На думку М. Кастельса, інформація та обмін інформацією супроводжували розвиток цивілізації протягом усієї історії людства і були

критично важливими у всіх суспільствах. Інформаційне суспільство будується таким чином, що генерація, обробка та передача інформації стали фундаментальними джерелами продуктивності та влади певних суспільних сил [22].

У новітній західній соціології аналіз різноманітних аспектів соціально-психологічної комунікації вивчали такі вчені: І.Валерстайн, Н.Луман, У.Бека, Л.Склер, Р.Робертсон, Е.Гіденс [5, 12, 11, 21, 23]. Моделі інформаційного суспільства представлені у авторів М.Маклюєна, П.Бергера [14,21]. У цілому соціально-психологічна комунікація одними ученими оцінюється як об'єктивний процес, інші під нею розуміють втілення у життя вікового і нереалізованого прагнення духовної самоорганізації соціуму. Багатовимірність соціально-психологічної комунікації відповідним чином віддзеркалена і у різних соціологічних теоретичних дослідженнях. Так, відомий американський вчений Й.Терборн, аналізуючи різні дискурси та виміри спілкування, систематизує останні наступним чином. Перший дискурс комунікативний дискурс – економічний, що досліджує вплив на світову економіку обміну та мобільності робочої сили; другий – соціологічний; третій – торкається проблеми суверенітету національної держави; четвертий – культурний, що досліджує вплив глобальної культури на соціум, він поділяється на національні символічні форми, культурні практики; п'ятий – досліджує суспільство як складову планетарної екосистеми [26].

Методика дослідження. У процесі виконання роботи було залучено до використання такі

методи: аналіз літературних джерел; індуктивне узагальнення наукових позицій та поглядів щодо комунікативних ініціатив вчених – фундаторів даної проблематики; дедуктивне виведення проблем і викликів соціально-психологічної комунікації та орієнтовних способів ефективного реагування на них; системний підхід у ході дослідження.

Результати. Соціально-психологічна комунікація є чимось таким, що існує навколо нас, незалежно від того, що ми про неї думаємо. Це певна загальна трансформація способів організації суспільного життя, коли зближуються відстані взаємодії, стають тіснішими зв'язки між громадами та владними структурами різних рівнів. Виникають нові види соціально-психологічної взаємодії – в економічній, політичній, юридичній, соціальній площині та в полі захисту довкілля. Соціально-психологічна комунікація породжує не лише взаєморозуміння, але також ворожість і конфлікти. Нерівність комунікативної взаємодії означає, що це далеко не універсальний процес, що рівною мірою торкається всіх комунікантів. Питання викликаних війною трансформацій в Європі і у світі стало основоположним у великій дискусії про те, чим є теперішній світ і які зміни чекають на нас у найближчому майбутньому. Чимало наукових та ідеологічних праць говорять, що унаслідок розвитку сучасних технологій найкращі цивілізаційні здобутки мають стати спільним ресурсом усього людства. Зокрема, сильні країни допоможуть слабшим, а об'єднання прогресивних зусиль дасть змогу вийти на якісно новий рівень комунікації та взаєморозуміння. Такі твердження не викликають заперечень. Проблема,

однак, зрушується і переміщається в іншу площину: чому цього насправді не відбувається?

Сучасний етап розвитку цивілізації обумовлений взаємопов'язаністю та взаємообумовленістю усіх сфер та рівнів людської життєдіяльності, тобто глобалізація означає залучення великої частини людства в єдину відкриту систему фінансово-економічних, політичних, соціальних, культурних зв'язків на основі новітніх інформаційних засобів та телекомунікацій. Інформаційна революція поєднується з екологічною та стає сутністю світової інституційної та культурної трансформації [21].

Технологічний вимір соціально-психологічної комунікації воєнного стану акцентує увагу на новій якості інтернаціональних взаємозалежностей завдяки інформаційним та комунікаційним технологіям. Сама повсякденність під впливом телекомунікаційних технологій, характеризується транснаціональними подіями – політичні вибори, спортивні змагання, природні катаклізми тощо. За цих умов ми водночас відчуваємо себе часткою і глобального, і локального світу.

Відомий український дослідник А.Толстоухов зазначає, що світоустрій, створений технологофіційним людством, містить у собі загрози тотальної «технологофікації» не тільки людської поведінки, а й людського світосприйняття, мислення, спілкування та стає вкрай дистанційованим від світу природи. За думкою А.Толстоухова, у контексті подібного світоустрою екзистенційна доля людини буде визначатися не грою стихійних сил природи, а його

власною волею і міццю його науково-технологічного устрою. Прогресуюча технофікація життя прискорить наближення екологічної катастрофи, нігілізму, морального релятивізму. Роль храму в цифровому суспільстві буде виконувати не церква, а супермаркет. Релігійне свято Різдва трансформується в транснаціональну лихоманку споживання. Людину тут будуть жахати не стільки природні катаклізми, скільки наслідки її власного науково-технологічного прогресу. У суцільно технологічному та цифровому світі у споконвічній грі віртуальності з реальністю остаточну перемогу одержить віртуальність [21].

Обговорення результатів.

Однією із визначальних рис сучасного суспільства є мережева логіка її базової структури. До того ж, українське суспільство змінюється на фоні прискорення та протиріч процесів, що торкаються усіх без винятку верств населення. Трансформаційні зміни, що переживає сучасний український світ, пов'язані з лихоліттям війни. Ми спостерігаємо зародження нової культури, яка стає продуктом трансформації свідомості суспільства разом з його соціально-психологічними комунікаціями.

Парадоксальний стан зниження загального інтелектуального рівня на фоні інформатизації суспільства, в умовах широкого доступу до майже всіх інформаційних джерел, змушує замислитися про характер і типи не тільки самої інформації, а також і про методи її отримання і використання. Те, що масова комунікація підвищує рівень інформованості широких шарів населення, є безперечним і бажаним. Але водночас зростаючий потік повідомлень масової комунікації може ненавмисне перетворювати

енергію людей від активної участі до пасивного споглядання.

Чи можна використовувати це негативне явище – згодом покаже час. Але загальна тенденція продукування соціально-психологічної культури яскраво підтверджує напрям турбулентного постмодерну, панівний у сучасному соціумі. У постмодерністських концепціях робиться акцент на визначальному впливі електронних засобів загальної комунікації на масову свідомість, на включення індивіда у віртуальні світи міфологій та руйнування відчуття звичного психо-фізичного середовища людини.

Прискорений розвиток інформаційних технологій, їх різноманітність призвели до виникнення інформаційної кризи, що проявляється у суперечності між обмеженими можливостями людини щодо сприйняття та переробки такої великої кількості інформації, наявної та затребуваної суспільством, й особистісною інформацією. Як наслідок впливу цих чинників можна спостерігати активізацію у індивідів інстинктів ворожості та зростання девіантної поведінки, особливо серед молоді та дітей, «спустошення» особистості в цілому, маніпулювання суспільною свідомістю.

Р. Робертсон характеризує соціальну комунікацію, як процес «зтиснення світу» та посилення взаємозалежностей усіх його складових, що супроводжується все більшим усвідомленням цілісності, єдності світу [25]. В наш час ми можемо спостерігати дивовижну суміш культур, що призводить до появи нових, не відомих раніше зразків або різних «штучних» форм, що не мають жодного національного укорінення. Комунікація може

породжувати як сили фрагментації, так і уніфікації; усвідомлення певної відмінності й усвідомлення спільної ідентичності.

Інтенсифікація соціально-психологічної комунікації може не лише усувати перепони для взаємного порозуміння у міжкультурних стосунках, але також і загострювати конфлікт інтересів та ідеологій.

У сучасному інформаційному світі соціально-психологічні комунікаційні процеси, тісно пов'язані з останніми тенденціями глобалізації. Впровадження інноваційних цифрових технологій в усі сфери життя людей, має значний вплив на суспільство та його розвиток. В умовах розвитку інформаційного суспільства виникають і нові форми соціально-психологічної взаємодії. Останні за своїм змістом є більш індивідуалізованими та інтерактивними, а також такими, яким більше притаманна «достовірність» з точки зору масової свідомості.

Соціальну комунікацію часто визначають як спосіб формування єдиного загальносвітового інформаційного простору або, як інтеграцію каналів інформаційного зв'язку. Даний аспект комунікації з'явився під впливом інформаційної революції на початку 90-х років ХХ століття. До нього відносять Інтернет та міжнародне телебачення. Проте, основним змістом інформаційної революції стали оновлення та заміна предметів праці. Якщо раніше людство спрямовувало свої зусилля на природу та середовище, то з початком революційних змін головним об'єктом таких зусиль стала свідомість людини, як на індивідуальному рівні, так і на колективному. Соціально-психо-

логічна комунікація, на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства сприяє об'єднанню людей завдяки споживанню єдиної інформації, яка безпосередньо впливає на спрямованість їхньої поведінки.

Відомий вчений-психолог Е. Фромм зазначав, що потреби, які властиві тільки людині, еволюціонували у ході історії людства, а різні соціальні системи, в свою чергу, вплинули на виявлення цих потреб. Отже, сьогодні ми маємо конфлікт, який полягає у тому, що людина вирішує для себе дихотомію, чи бути вільною, або ж чи знаходитись у безпеці. Звідси ми маємо і різновиди поведінки: авторитаризм, деструктивність та конформізм. Але жоден із названих різновидів поведінки не є конструктивною діяльністю, тому що вплив соціальної дійсності може розмивати нормативні підвалини кожного з них. Проте вчений вважає, що існуюча дихотомія вибору «свобода – безпека» зумовлена унікальними екзистенціальними потребами, які закладено в природі людини. До таких потреб Е. Фромм відносить [28]:

- потребу у встановленні зв'язків;
- потребу у етнічних коріннях;
- потребу в ідентичності;
- потребу у системі поглядів і відданості їм.

Потреба у встановленні зв'язків, для людини виявляється найбільш значущою психологічною потребою, а тому система соціальної комунікації особливо в епоху соціально-політичних криз виступає найголовнішим чинником впливу на свідомість особистості та визначення спрямованості її поведінки.

Слідом за А. Франсом вважаємо, що розуміти досконалий витвір, значить загалом, заново створювати його у своєму внутрішньому світі [27]. Глибоке розуміння включає співпереживання. Це означає, що потрібно не тільки побачити повідомлення, а й і усвідомити і поверхневий і глибинний зміст цього повідомлення. Потрібно також відкрити і пережити той емоційний стан, яким володів автор в процесі творчості. Проте, очевидно, що не кожна людина в нашу цифрову та високотехнологічну епоху зможе відтворити це у своїй душі, тому виникають складнощі щодо розуміння людей один одним. Люди стають відчуженими і навіть байдужими.

Істотний вплив на сприйняття інформації, що міститься в повідомленні, здійснює належність індивіда до певної соціокультурної групи, що знаходить своє вираження у наступних обставинах:

- власна позиція людини та її ставлення до тих або інших соціальних об'єктів знаходяться під сильним впливом групи, до якої вона належить або хоче належати;
- людина заохочується через прихильність груповій думці та карається за відхилення від неї;
- людині важче змінити свою позицію, яка відома оточуючим, ніж ту, яка залишається її приватною думкою;
- групові дискусії або колективно ухвалені рішення сприяють швидкому подоланню внутрішнього опору якій-небудь думці або висновку;
- підтримка хоча б однієї людини ослабляє силу тиску групової думки, до якої вона належить;
- найприхильніші груповим нормам індивіди якнайменше схильні

до дії комунікації, яка цим нормам суперечить;

– форма подачі інформації та її особливості значно позначаються на їхньому успішному засвоєнні.

Якщо розглядати зазначені положення відносно сучасних комунікаційних засобів, які надають можливість негайно контактувати з любим мешканцем Землі, то ми можемо спостерігати посилення зазначеного змісту завдяки тому, що ці засоби стали спроможними консолідувати те, що потенційно вимагало консолідації. Перш за все це:

встановлення більш тісних і швидкодіючих зв'язків між діловими колами;

виникнення інтенсивнішого спілкування на професійному, науковому та конфесійному рівнях;

виникнення нових форм соціально-психологічної взаємодії в ході дистанційного навчання;

встановлення більш тісних зв'язків між розрізненими етносами та національними спільнотами, що призводить до розвитку етнокультури, етноідеології й т. ін.

Все назване призводить до оновлення та змін багатьох соціально-психічних процесів спільноти. Сьогодні відзначається ще і тією обставиною, що суб'єкт, який прагне нових контактів, отримує їх достатньо, а той хто хотів структурувати свої плани має можливість залучати до своїх справ все більше нових учасників. Як результат цього явища спостерігаємо, що соціально-психологічна комунікація інформаційного середовища призводить до реалізації майже чи не усіх ідей, які продукує людство.

По новому презентують себе люди також у соціально-політичному процесі часів війни. Світовий комунікаційний процес зміг виявити та зробити більш виразними ті протиріччя, які приховувалися окремими державами-агресорами. Стала можливою активізація участі людей у безпосередньому спілкуванні та взаємодопомозі у скрутні часи. Достатньо заглянути на сайти Інтернету, щоб побачити, які думки, погляди та емоції висловлюють громадяни про певні події у світі. Цей чинник світового спілкування змушує людей аналізувати інтереси та позиції представників інших країн, замислюватися про дії у масштабі усього світу, враховувати оцінку відносно власних поглядів. Сучасна соціально-психологічна взаємодія надає можливість комунікантам долучатися до подій на терені війни та навіть приймати у них участь. В цей же час, людина стає більше розбірливою у виборі партнерів по спілкуванню, вибагливіше знаходити собі однодумців та співучасників.

При цьому слід зауважити, що соціально-психологічна комунікація має певні обмеження суб'єктивного характеру. Якщо раніше було важко контролювати кожен «кухню», у якій велися політичні розмови, то тепер уся соціокультурна, економічна та політична оцінка тих або інших подій стала помітною та прозорою для тих, хто контролює інформаційні потоки. Сучасні засоби комунікації настільки могутні, що люди можуть відчувати себе більше безпорадними перед обличчям державного контролю, ніж раніше. І разом із цим, володіння цими засобами визначає об'єм влади, який зосереджується в руках різних організацій, що створює умови для

ведення приватної політики у світовому масштабі.

У кожному суспільстві виникає група людей, які використовують сучасні інформаційні технології та займаються формуванням суспільної свідомості. При цьому, переслідуючи власні інтереси вони можуть віддалятися від інтересів суспільства. Це може призводити до нівелювання загальнолюдських цінностей.

Нові інформаційні технології соціально-психологічної комунікації роблять дуже вразливим кожного індивіда. Сьогодні за допомогою Інтернету, мобільного зв'язку або глобального телебачення можна у режимі реального часу спостерігати за акціями масових протестів, терористичними актами, або слухати промови радикально налаштованих політичних лідерів, у яких є заклики до знищення інших людей. Виявляється, що сьогодні вже не достатньо дотримуватися тільки тих норм, які продукують звичаї або традиції. Соціально-психологічна комунікація дійшла до такого рівня, у якому вкрай необхідним є розвиток нового сенсу глобальної справедливості, нового, більш універсального розуміння людини, її гідності та поваги до неї.

У світі, де людині постійно навіюється думка «Ти вільний вибирати все, що побажаєш», можна спостерігати зворотній процес. Вибір кожної людини обмежується тим, що спроможні запропонувати володарі засобами масової комунікації. До прикладу, люди, незалежно від країни, можуть слухати одну й ту ж саму музику, пити одні й ті ж самі напої, однаково одягатись. Відірваний від традиційних зв'язків та норм комунікант шукає моральної опори серед сучасних власників ЗМІ,

водночас позбавлений такого пошуку у родині та в колективі. Це в свою чергу обертається рабським наслідуванням споживацьких смаків, у тому числі й у політичній сфері, що заповнив інтернет.

Отже телебачення, інтернет, мобільний зв'язок прагне прищепити комуні канту деякі соціально-психологічні норми, цінності, зразки поведінки та залучити людину до певної політичної культури. Разом із цим, саме засоби комунікаційних потоків активно впливають не на когнітивні компоненти психіки індивіда, а на емоційно-вольові.

Неконтрольована соціально-психологічна комунікація може призвести до того, що разом із наявною індивідуалізацією свідомості особистості виникає явище масової її реальної поведінки, зокрема політичної. А, оскільки сучасні засоби комунікації здебільшого «приватизуються» різними політичними угрупованнями, є ризик отримати індивіда, який буде у реальному житті керуватися виключно емоційними, фоновими аспектами реальних подій, а не когнітивним, критичним осмисленням того, що насправді відбувається.

Інтернет став найдинамічнішим прогресуючим засобом соціальних комунікацій, оскільки новітні засоби зв'язку дозволили об'єднати розрізнені комунікаційні системи у глобальну мережу, завдяки якій відбувається транскордонний обмін інформацією в межах усієї планети. На думку Н.І. Білана, саме інтернет ста однією з ознак переходу від індустріальної стадії розвитку цивілізації до інформаційної [2].

На думку дослідника Г. Штрмайера, важливими видами соціальних комунікацій вважаються:

всесвітня інформаційна мережа Інтернет; комунікація електронною поштою (e-mail); мережа Usenet (мережа користувачів); News groups (тематичні форуми в мережі Інтернет); система діалогового спілкування через інтернет IRS (інтернет-чат); індивідуальні чати [20].

Інформаційна мережа Інтернет дає можливість здійснювати психологічну комунікацію у трьох формах:

– асинхронна комунікація «один до багатьох», тобто зміщена в часі комунікація відправника (відповідального за веб-сторінку) з багатьма реципієнтами (користувачами веб-сторінки) через веб-сторінки;

– синхронна комунікація «один до багатьох», тобто одночасна комунікація відправника з багатьма реципієнтами шляхом прямої передачі подій через веб-телебачення чи веб-радіо;

– асинхронна комунікація «багато до одного», тобто зміщена у часі комунікація багатьох користувачів з одним одержувачем через опитування, вибори або голосування он-лайн.

Типовою і найбільш популярною формою комунікації є асинхронна комунікація «один до багатьох».

До переваг інформаційної комунікаційної мережі Інтернет належать: принципова відкритість доступу та необмеженість пропозицій веб-інформації; неопосередкована й об'єктивна інформація. До недоліків можна віднести: виникнення «надлишкової інформації» та надання юридично і політично сумнівної (кримінальної чи недостовірної) інформації.

Завдяки функціям електронної пошти можливі дві різні форми комунікації:

– асинхронна, а саме, «один до одного»; зміщена в часі комунікація одного передавача (відправника e-mail) з одним одержувачем (одержувачем e-mail);

– асинхронна комунікація «один до багатьох»; зміщена в часі комунікація одного відправника з кількома одержувачами через список розсилки. Найпоширенішою формою комунікації є асинхронна комунікація «один до одного».

На відміну від традиційного листування, комунікація електронною поштою швидша та економніша. Тематичні інтернет-форуми – це «електронні дошки оголошень», на яких кожен може розміщувати власну інформацію і звертатися з інформаційним запитом до інших. Тематичні інтернет-форуми дають змогу здійснювати асинхронну комунікацію «багато до багатьох», зміщену в часі комунікацію між кількома користувачами однієї тематичної інтернет-конференції.

Ще одним видом комунікації є чати – це «електронні дискусії», в яких користувачі інтернету ведуть письмовий діалог із найрізноманітніших тем. Завдяки функції чата можливі дві різні форми комунікації: умовно синхронна комунікація «один до одного», тобто одночасна комунікація між двома учасниками чата; умовно синхронна комунікація «багато до багатьох», одночасна комунікація між кількома учасниками чата.

Блоги можна характеризувати як найдинамічніший вид соціального інтернет-спілкування. Блоги-сайти побудовані за принципом хронологічних щоденників з

простими та зручними засобами адміністрування, що не потребують спеціальних знань і доступні для всіх. Пройшовши еволюцію від щоденникових записів до так званої громадянської журналістики, блоги перетворилися на нову форму медіа. Сьогодні не можна заперечувати впливу блогів на суспільно-політичне й культурне життя в нашій країні, зокрема в буремні часи війни. Дослідження блогів як особливо актуального феномену громадянської журналістики є значущим явищем у полі психологічного впливу на постраждале від війни населення. За типом матеріалів, що їх блогери розміщують на сайті, блоги поділяються на: текстові фото- та відеоблоги (також із сюжетами, знятими камерою мобільного телефону); подкасти, або аудіоблоги; мультимедійні.

За типом інформаційних матеріалів блоги поділяються на декілька груп:

– ті записи, що мають більш особистісний, навіть інтимний характер (користувач описує, як він провів свій день, де був тощо);

– записи мають експертний характер у певному напрямі знань (у такому випадку автором є спеціаліст вузької тематичної галузі);

– блоги спеціалізуються на відбиранні та класифікації опублікованих у ЗМІ матеріалів;

– блоги «думок», де сфера інтересів зводиться до оцінки та інтерпретації чужих тематичних статей.

Саме записи особистісного характеру – найпоширеніший тип блогів щодо психологічного впливу на людину.

Висновки. Соціально-психологічна комунікація займає особливе

місце у житті сучасного суспільства та кожної людини. З нею прямо або опосередковано пов'язані практично всі сфери нашого життя і діяльності.

Соціально-психологічна комунікація робить можливим тісний зв'язок між поколіннями, забезпечує накопичення і передачу соціального досвіду, елементів культури та найголовніше допомагає виживати і реабілітуватись постраждалому від війни населенню. За допомогою соціально-психологічної комунікації, як організаційного спілкування і психологічного впливу, здійснюється соціальний механізм управління масами.

Трансформація суспільства, яку ми спостерігаємо у час війни, супроводжується не тільки проникненням комунікації у всі сфери його життєдіяльності, виникненням якісно нового типу комунікативних структур і процесів, а й глибоким переосмисленням природи соціальної реальності, місця і ролі комунікації в ефективному розвитку суспільства. Соціально-психологічна комунікація стає об'єктом різнорівневих досліджень та розглядається у різних аспектах. Для успішного досягнення цілей, комунікаційне повідомлення має ґрунтуватися на знанні, умінні та стимулі. У процесі соціально-психологічної комунікації важливі також емоції учасників, оскільки комунікант прагне емпатії, душа і серце, поранені війною, отриманню співчуття, а реципієнт шукає душевний комфорт, якого так не вистачає в цей час.

Питання соціально-психологічної комунікації стало центральним у великій дискусії про те, чим є теперішній світ і які зміни чекають на нас у найближчому майбутньому. Проте чимало наукових та

ідеологічних праць наводять певну кількість аргументів «за» і «проти» важливості цього явища у воєнну а також післявоєнну добу.

Нові інформаційні технології, які пов'язані з процесами комунікації роблять дуже вразливим кожного індивіда. Сьогодні за допомогою Інтернету, мобільного зв'язку або глобального телебачення можна у режимі реального часу спостерігати за акціями масових протестів, терористичними актами, або слухати промови радикально налаштованих політичних лідерів, які мають заклики до знищення цілих народів. Отже й виявляється, що сьогодні вже не достатньо дотримуватися тільки тих норм, які продукують позитивні звичаї або традиції. Необхідний розвиток нового сенсу справедливості, нового, більш універсального розуміння людини, її гідності та поваги.

Соціально-психологічна комунікації може призвести до того, що разом із наявною індивідуалізацією свідомості особистості виникне явище масової її реальної поведінки, у тому числі й політичної. Оскільки сучасні засоби комунікації здебільшого приватизуються різними політичними угрупованнями, є ризик отримати індивіда, який буде у реальному житті керуватися виключно емоційними, фоновими аспектами реальних подій, а не когнітивним, критичним осмисленням того, що насправді відбувається.

Позитивні аргументи на користь феномену соціально-психологічної комунікації, його впливу мають переважно очевидний характер. Унаслідок розвитку сучасних технологій найкращі цивілізаційні здобутки мають стати спільним

ресурсом усього людства. Зокрема сильні країни допоможуть слабшим, а глобальне об'єднання зусиль дасть змогу вийти на якісно новий рівень комунікації та взаєморозуміння.

Як станеться і як буде в майбутньому – покаже життя. Але ми віримо в позитивний розвиток подій і кажемо «так» вивченню, розвитку і вдосконаленню екстремальній соціально-психологічній комунікації.

Література

1. Банзерук А. С. Медіа-маніпуляції в засобах масової інформації. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2019. № 17 (3). С. 13–15. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2019_17\(3\)_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2019_17(3)_5) (дата звернення: 02.02.2024).
2. Блінцова В. О. Процес медіатизації політики та функції мас-медіа у сучасному суспільстві. Актуальні проблеми політики : зб. наук. праць. Одеса, 2013. Вип. 49, С. 126–131.
3. Болкарьова О. В. Аналіз політичного дискурсу в сучасному українському та англomовному просторі мас-медіа. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». 2020. Т. 31 (70), № 1 (2), С. 20–23.
4. Дебда Н. В. Особливості відображення соціокультурної реальності засобами мас-медіа в інформаційному суспільстві. Політологічний вісник. 2013. Вип. 69, С. 174–182.
5. Збірник матеріалів міжнародного круглого столу. 12 травня 2021 р., м. Київ. Укладачі О.М. Шеремета, Н.А. Дубовик. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2021. 82 с.

6. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Пер. з англ. Київ: Ваклер, 2007. 304 с.
7. Клим Р. Д. Теоретичні аспекти комунікаційної взаємодії політичних інститутів та мас-медіа (на прикладі Республіки Болгарія). Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент. 2019. – Т. 7. – С. 260-270. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mfapim_2019_7_19 (дата звернення 30.01.2024).
8. Кулик В. М. Політика української влади щодо мас-медій та її вплив на медійний дискурс. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2010. Вип. 1, С. 288–302.
9. Крайнікова Т. С. Зона найближчого розвитку інформаційних інтересів медіа-споживачів: обґрунтування поняття в теорії соціальних комунікацій. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50, С. 234–238. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_47 . (дата звернення: 02.10.2024)
10. Кутуєв П. В. Світова система як предмет соціологічного аналізу: нова дослідницька парадигма Андре Гундера Франка. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2007. №2, С. 17-35.
11. Кутуєв П. Порівняльно-історична соціологія модернізації: теоретизування Ш.Ейзенштадта. Соціальна психологія. 2007. № 4(24) , С.17-26.
12. Майструк Н. О. Комунікативні феномени глобального суспільства у контексті довіри/недовіри. 2018., С.214-219. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2018_5_3_32. (дата звернення: 26.01.2024).
13. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
14. Сенкевич Г. Особливості реалізації масових комунікацій у сучасному медіа просторі. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика». 2021. Т. 32 (71), № 5 (2), С. 257–261.
15. Смирнова М. В. Стигматизація як один із засобів маніпулятивного впливу мас-медіа на аудиторію. Вісник Харківської державної академії культури. Серія «Соціальні комунікації» : зб. наук. праць. Харків, 2016. Вип. 49, С. 110–119.
16. Фінклер Ю. Комунікаційні моделі співпраці медіа та соціальних мереж. Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. Львів, 2019. Вип. 9, С. 304–317.
17. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. й доп. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.
18. Холод О. М. Специфіка тлумачення терміна «соціальні комунікації». Журналістика в парі та пар у журналістиці. Упорядники В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. Київ: «Грамота», 2010. С. 278–279.
19. Шевчук І. С. Актуальні тенденції європейського ринку мас-медіа. Проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. Київ, 2015. Вип. 10–11, С. 349–361.
20. Штромайер Г. Політика і мас-медіа. Пер. з нім А. Орган (Серія «Бібліотека журналіста»). Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2008. 303 с.

21. Юрченко Л. Екологічна культура в контексті екологічної безпеки: Монографія. Київ: Вид. ПАРАПАН, 2008. 296 с.
22. Castells M. Mobile Communication and Society: A Global Perspective. MIT Press, 2006. 512 p.
23. Giddens A. Sociology. Polity Press. 2006. 918 p.
24. Luhman, N (1997). Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt. с. 101.
25. Robertson R. Globalization: Social Theory and Global Culture. London, 1992. 384 p.
26. Therborn G. Cities of Power. The urban, the national, the popular, the global. London and new York: Verso, 2017. 408 p.
27. Franse A. The Gods Will Have Blood. Penguin, 1979. 317p.
28. Fromm E. The Art of Being. Robinson, 2022. 123 p.

L. Yurchenko, Doctor of Philosophy, Professor, Associate Professor of the department of social and humanitarian disciplines

M. Kharlamov, Doctor of Historical Sciences, Professor, head of social and humanitarian sciences department,

S. Karikov, Doctor of Historical Sciences, Professor, associated professor of social and humanitarian sciences department,

L. Hontarenko, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Associated Professor of social and humanitarian sciences department National University of Civil Defense of Ukraine, Kharkiv (Ukraine)

CHALLENGES OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL COMMUNICATIONS IN THE MODERN WORLD IN CONDITIONS OF WAR

The phenomenon of socio-psychological communication directly or indirectly connects almost all spheres of human life and activity, namely, ensures the accumulation and transfer of social experience, elements of culture, manages and other actions of the social mechanism. And all this is especially important against the background of war.

The penetration of communication into all spheres of life is accompanied not only by the emergence of a qualitatively new type of social structures and processes, but also by a deep rethinking of the nature of social reality, the place and role of the communicator in the psychological field of worsening social and psychological danger.

In order to successfully achieve the goals, communication information should be based on knowledge, skills and motivation, which does not exclude the emotions of the participants, as the communicator seeks empathy, receiving sympathy, and the recipient seeks mental comfort.

The issue of socio-psychological communication has become central to the discussion about what the current world is and what changes await humanity in the future. Information technologies, which are related to communication processes, make every individual very vulnerable. With the help of the Internet and mobile communication, it is possible to observe mass protests, terrorist acts, or listen to the speeches of radical political leaders in real time. It turns out that today it is no longer enough to observe only those norms that produce positive customs or traditions. It is necessary to develop a new sense of justice, a new, more universal understanding of man, his dignity and respect.

The phenomenon of socio-psychological communication can lead to the fact that, together with the existing individualization of the individual's consciousness, the phenomenon of mass real behavior, including political behavior, arises. Since modern means of communication are

mostly privatized by various political groups, there is a risk of getting an individual who will be guided in real life exclusively by emotional, background aspects of real events, and not by a cognitive, critical understanding of what is really happening.

Positive arguments in favor of the phenomenon of socio-psychological communication are mostly obvious: as a result of the development of modern technologies, the best achievements of civilization should become a common resource of all mankind. In particular, strong countries will help weaker ones, and joining forces will make it possible to reach a qualitatively new level of communication and mutual understanding.

Keywords: socio-psychological communication, the world under conditions of war, information technologies, aggravation of the crisis, life activities.

References

1. Banzeruk A. S. Media manipulation in mass media. *Mizhnarodnyi naukovi zhurnal «Internauka»*. 2019. № 17 (3). S. 13–15. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2019_17\(3\)_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2019_17(3)_5) (data zvernennia: 02.02.2024).
2. Blintsova V. O. Protses mediatyzatsii polityky ta funktsii mas-media u suchasnomu suspilstvi. *Aktualni problemy polityky : zb. nauk. prats.* Odesa, 2013. Vyp. 49, S. 126–131.
3. Bolkarova O. V. Analysis of political discourse in the modern Ukrainian and English-speaking space of mass media. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Serii «Filolohiia. Sotsialni komunikatsii»*. 2020. T. 31 (70), № 1 (2), S. 20–23.
4. Debda N. V. Peculiarities of displaying socio-cultural reality by means of mass media in the information society. *Politolohichni visnyk*. 2013. Vyp. 69, S. 174–182.
5. Collection of materials of the international round table. 12 travnia 2021 r., m. Kyiv. Ukladachi O.M. Sheremeta, N.A. Dubovyk. Kyiv: Derzhavnyi universytet telekomunikatsii, 2021. 82 p.
6. Kastels M. Internet-halakyta. Considerations regarding the Internet, business and society. *Per. z anhl.* Kyiv: Vakler, 2007. 304 s.
7. Klym R. D. Theoretical aspects of communication interaction between political institutions and mass media (on the example of the Republic of Bulgaria). *Mediaforum: analityka, prohnozy, informatsiinyi menedzhment*. 2019. – T. 7. – S. 260-270. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mfapim_2019_7_19 (data zvernennia 30.01.2024).
8. Kulyk V. M. The policy of the Ukrainian authorities regarding the mass media and its influence on the media discourse. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy*. 2010. Vyp. 1, P. 288–302.
9. Krainikova T. S. Zone of immediate development of informational interests of media consumers: substantiation of the concept in the theory of social communications. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*. 2013. T. 50, S. 234–238. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_47. (data zvernennia: 02.10.2024)
10. Kutuiev P. V. The world system as a subject of sociological analysis: Andre Gunder Frank's new research paradigm. *Sotsiolohiia: teoriia, metody, marketynh*. 2007. № 2, P. 17-35.
11. Kutuiev P. Communicative phenomena of global society in the

context of trust/distrust. *Sotsialna psykholohiia*. 2007. № 4(24), S.17-26.

12. Mastruk N. O. *Komunikatyvni fenomeny hlobalnoho suspilstva u konteksti doviry/nedoviry*. 2018., S.214-219. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2018_5_3_32. (data zvernennia: 26.01.2024).

13. Rizun V. V. *Theory of mass communication: tutorial. For students branch 0303 «journalism and information»*. Kyiv: Vydavnychy tsentr «Prosvita», 2008. 260 s.

14. Senkevych H. *Peculiarities of the implementation of mass communications in the modern media space. Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriia «Filolohiia. Zhurnalistyka»*. 2021. T. 32 (71), № 5 (2), P. 257–261.

15. Smyrnova M. V. *Stigmatization as one of the means of manipulative influence of mass media on the audience. Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury. Seriia «Sotsialni komunikatsii» : zb. nauk. prats. Kharkiv, 2016. Vyp. 49, P. 110–119.*

16. Finkler Yu. *Communication models of media and social network cooperation. Zbirnyk prats Naukovo-doslidnoho instytutu presoznavstva. Lviv, 2019. Vyp. 9, 3. 304–317.*

17. Kholod O. M. *Social communications: development trends: Navch. posib. 2-he vyd., pererob. y dop.* Kyiv : Vydavnytstvo «Bilyi Tyhr», 2018. 370 p.

18. Kholod O. M. *Specifics of the interpretation of the term «social communications»*. *Zhurnalistyka v piari ta piar u zhurnalistytsi. Uporiadnyky V. F. Ivanov, O. S. Dudko*. Kyiv: «Hramota», 2010. S. 278–279.

19. Shevchuk I. S. *Current trends of the European mass media market. Problemy mizhnarodnykh vidnosyn : zb. nauk. prats. Kyiv, 2015. Vyp. 10–11, P. 349–361.*

20. Shtromaiier H. *Politics and mass media. z nim A. Orhan (Seriia «Biblioteka zhurnalista»)*. Kyiv: Vydavnychy dim «Kyievo-Mohylianska akademiia». 2008. 303 s.

21. Yurchenko L. *Environmental culture in the context of environmental safety: Monohrafiia*. Kyiv: Vyd. PARAPAN, 2008. 296 s.

22. Castells M. *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. MIT Press, 2006. 512 p.

23. Giddens A. *Cociology*. Polity Press. 2006. 918 p.

24. Luhman, N (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt. c. 101.

25. Robertson R. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London, 1992. 384 p.

26. Therborn G. *Cities of Power. The urban, the national, the popular, the global*. London and new York: Verso, 2017. 408 p.

27. Franse A. *The Gods Will Have Blood*. Penguin, 1979. 317 p.

28. Fromm E. *The Art of Being*. Robinson, 2022. 123 p.

Надійшла до редколегії: 03.05.2024

Прийнята до друку: 17.05.2024