

потенційних споживачів та спрямована на привернення їхньої уваги до предмету рекламування та підтримки інтересу до нього задля подальшого успішного продажу.

Таким чином, рекламне звернення є безпосереднім носієм інформаційного, емоційного і прагматичного впливу на споживача. Ефективність рекламної кампанії – це, насамперед, ефективність рекламного звернення. Тому рекламне звернення можна розглядати як головний засіб, основний інструмент для досягнення цілей рекламної діяльності.

Бібліографія

1. Дмитрієва В.В. Рекламне повідомлення як носій візуальної комунікації [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Dtr_gn/2008_4/files/GN_04_2008_Dmitrijeva.pdf.
2. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності: [навч. посіб.]. Дрогобич, 2007.
3. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті: навч. посіб. К., 2019.

Надійшло до редколегії 31.03.2023, прорецензовано та рекомендовано до друку доц. Прокоф'євою К.А.

УДК 316.77+002:001.12

О. М. Решетілова, М. С. Уманська
(Дніпро)

ДОКУМЕНТНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК НАЙВАЖЛИВІША ПІДСИСТЕМА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Розглядається поняття документної комунікації, яка є однією із основних складових соціальної комунікативної системи.

Ключові слова: документ, соціальна комунікація, інформація, документна комунікація, комунікативна система.

The concept of document communication, which is one of the main components of the social communication system, is considered.

Key words: document, social communication, information, document communication, communication system.

Документна комунікація є однією з основних підсистем соціальної комунікації, тобто системою обміну інформацією між двома і більше особами.

Документна комунікація виникла на певному етапі соціального прогресу людства і нині охоплює всі сфери суспільного життя. Поширенню середовища функціонування документної комунікації сприяє інформатизація суспільства, яка охоплює всі сторони сучасного життя. Впровадження новітніх інформаційних технологій, удосконалення засобів документування та розповсюдження інформації постійно розширюють документне середовище ноосфери та збагачують документні ресурси суспільства [1].

Документ у соціальній комунікації виконує дуже важливу функцію, будучи одночасно засобом соціального спілкування, нагромадження знань і соціального досвіду, а також регламентації суспільного життя.

Сучасні дослідники соціогенезису доводять, що соціальна комунікація – це глибинний базис матеріального виробництва та необхідний фактор прогресу будь-якого виду суспільного устрою. Найважливішою підсистемою соціальних комунікацій є документна комунікація. Вона забезпечує рух соціальної інформації у часі й просторі шляхом створення, зберігання та розповсюдження документів [4, с. 29].

Так, закон документаційного супроводу соціальних комунікацій доводить, що кожна соціальна комунікація обов'язково опосередковується документом, і всі соціальні інститути за своєю сутністю є документними, оскільки кожен з них зайнятий або виробництвом, або транспортуванням, або одержанням, обробкою та зберіганням документа, наданням його користувачам тощо. Наприклад, органи державної влади – це соціальний інститут по виробленню законодавчих документів, банківська сфера також суто документна інституція, оскільки всі фінансові операції супроводжуються документами.

Документна комунікація виникла на певному етапі соціального прогресу людства і нині охоплює всі сфери суспільного життя. Як зазначає професор Ірина Ломачинська, документна комунікація – це комунікація, опосередкована документами в соціумі, що побудована на їхньому обміні між двома або більше споживачами інформації [2, с. 250].

Більшість дослідників згодні з тим, що документна комунікація є однією з основних підсистем соціальної комунікації, тобто системою обміну інформацією між двома і більше людьми.

Функціонування процесу документної комунікації забезпечується документно-комунікаційною системою, що являє собою підсистему соціальної комунікації і є потужною системою передачі соціальної інформації.

Документно-комунікаційна система є сукупністю всіх документів, споживачів документально зафіксованої інформації та всіх відносин між ними, обумовлених як внутрішніми властивостями системи, так і зовнішнім середовищем та умовами її суспільного функціонування. Вона забезпечує створення, аналітико-синтетичну обробку, зберігання, розповсюдження та використання документів як носіїв соціальної інформації.

Головна мета будь-якої документної комунікації, якої б сфери діяльності вона не стосувалася – одержати бажаний результат. Саме це завдання постає перед автором-укладачем документа та визначає суть процесу документної комунікації.

В основі документно-інформаційної комунікації лежить комунікаційний акт, у якому виділяють такі складові частини: комунікант, реципієнт, комунікат, зміст інформації, код, контекст. Зазвичай комунікант має уявлення про те, як повідомлення може бути інтерпретовано реципієнтом. Однак результат інтерпретації, тобто тлумачення повідомлення одержувачем, визначається низкою факторів, у першу чергу, кодуванням. Як відомо, кодування – це подання ідеї, що прагне донести до одержувача комунікант, у кодах або символах, тобто в знаках, що переводять ідею на мову, яка є зрозумілою реципієнту. Кодування має зберегти інтерпретацію повідомлення одержувачем відповідно до мети комунікації, яку поставив комунікант. У ролі кодів можуть використовуватися слова, звуки та інші знаки. Процес кодування є суб'єктивним, оскільки залежить від особи, яка кодує.

Повідомлення – це зафіксована інформація, яку комунікант прагне довести до реципієнта. Декодування повідомлення – це переклад його на мову одержувача, яке визначається особистим сприйняттям одержувача, його здатністю розпізнавати й інтерпретувати коди, використані під час передачі ідеї. Адекватність сприйняття повідомлення носить суб'єктивний характер і може варіювати від нуля до ста відсотків. Так, наприклад, незнання іноземної мови зводить можливість декодування іншомовного повідомлення до нуля, а наявність досвіду в обох учасників повідомлення покращує сприйняття [3, с. 16].

Жоден із видів комунікації не може існувати без бар'єрів, що перешкоджають її руху. Науковці виділяють чотири бар'єри, що характерні для документної комунікації у суспільстві:

- технічний;

- міжмовний;
- психологічний;
- соціальні.

Суть технічного бар'єру полягає у недоступності потрібних документів для реципієнта. Якщо реципієнту відомі вихідні дані необхідного документа, публікації, то бібліотечно-бібліографічні служби, завдяки міжбібліотечній кооперації, можуть рано чи пізно надати йому якщо не сам документ, то його копію. Це завдання адресного пошуку, котрому притаманний суто технічний характер і в якому не може бути жодної невідомої проблеми.

Міжмовний бар'єр полягає у можливості використання в документах різних мов, оскільки документ створюється, в першу чергу, для побутування в «своїй країні», відповідно, країна, що потребує ознайомлення з певним видом документа має перекласти його на необхідну мову у будь-який спосіб, і тільки за цих обставин, відповідно, ознайомитися з цим документом.

Психологічний бар'єр при сприйнятті документів виникає внаслідок нерозуміння реципієнтом його змісту, яке може зустрітися при сприйнятті будь-якого із видів документів.

Соціальні бар'єри на шляху документної комунікації – це перешкоди, які висуває документно-комунікаційна система та керуючі нею органи. В аспекті книжкової комунікації головним з них є цензура, яка має багатовікову історію. У розгляді, наприклад, управлінської документації, документи погоджуються із відповідальними за зміст, форму та відповідність документа відділами або керівниками, без узгодження або підпису яких документ не буде функціонувати [3, с. 106].

Таким чином, система документно-інформаційних комунікацій це сукупність усіх документів та користувачів інформації, яку зафіксовано у документах, усіх комунікаційних інститутів і відносин між ними. Вона забезпечує створення, оброблення, зберігання, розповсюдження й використання інформації у суспільстві. Усі елементи системи тісно пов'язані між собою.

Отже, документна комунікація, яка є однією із основних підсистем соціальної комунікації, забезпечує створення, обробку, зберігання й поширення документної інформації у суспільстві. Без спілкування, обміну інформацією між індивідами неможливі інтелектуальна еволюція людства, розвиток виробництва, спадкоємність суспільних відносин, збагачення соціальної пам'яті, нові досягнення матеріального та духовного життя.

Бібліографія

1. Гаврилюх Н. Феномен соціальної комунікації в інформаційному суспільстві: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ena.lp.edu.ua>.
2. Ломачинська І.М. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій: навч. посіб. для дистанційного навч. / за наук. ред. проф. Т. Г. Горбаченко. К., 2008.
3. Палеха Ю. І., Мурейко Н.В., Оксіюк О.Г. Документально-інформаційні комунікації: навч. посіб. К., 2014.
4. Парафійник Н. І. Документно-інформаційні комунікації: навч. посіб. Ч. 1. Х., 2010.

Надійшло до редколегії 31.05.2023, прорецензовано та рекомендовано до друку доц. Савченком С.В.

УДК 130.2:004+343.97

К. Ю. Покуліта

(Дніпро)

ІНФОРМАЦІЙНІ МАНІПУЛЯЦІЇ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Розглядаються інформаційні маніпуляції, засоби їх впливу на людей та суспільство, методи фільтрування інформації.

Ключові слова: інформація, маніпулювання, пропаганда, медіа, вплив, ЗМІ, суспільство, суспільна свідомість, фільтрування інформації, інформаційна безпека.

Information manipulation, means of their influence on people and society, methods of information filtering are considered.

Key words: information, manipulation, propagation, media, influence, mass media, society, public consciousness, information filtering, information security.

У сучасному суспільстві для отримання та розповсюдження інформації використовуються засоби масової інформації (ЗМІ). До них можна віднести телебачення, радіо, пресу, кінематограф та ін., а також соціальні мережі та Інтернет загалом. Це відбувається шляхом одночасного передавання інформації великим групам людей. ЗМІ є основним засобом пропаганди. Через ЗМІ здійснюються інформаційні маніпуляції, спрямовані на суспільство.

Маніпуляцією є вид психологічного впливу, що використовується для досягнення одностороннього виграшу через скрите спонукання іншого до вчинення певних дій, що не співпадають з його волею [2]. Але також маніпуляція зберігає ілюзію самостійно прийнятого рішення і дій людини, на