

Використана література:

1. Боднар І. Р. Сучасні реалії інформаційного суспільства : проблеми становлення та перспективи розвитку : [монографія] / І. Р. Боднар. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – 320 с.
2. Скулімовський Р. Л. Формування державної стратегії на інформаційному ринку в умовах глобалізації : автореф. дис. на здобуття наук. ст. канд. н. з державного управління : спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / Донецький державний університет управління / Р. Л. Скулімовський. – Донецьк, 2008. – 19 с.
3. Терещук В. І. Роль інформаційно-комунікаційних технологій у процесах трансформації державної влади : безпековий аспект / В. І. Терещук // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2011. – Випуск 102 (Частина І). – С. 117 – 121.
4. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf
5. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : [монографія] / О. В. Зернецька. – К. : Наукова думка, 2017. – 350 с.

Єрескова Т.В.

ta.ereskova@gmail.com

кандидат соціологічних наук, доцент,

доцент кафедри соціології

факультету управління персоналом,

соціології та психології

ДВНЗ “Київський національний

економічний університет імені Вадима Гетьмана”

м. Київ, Україна

ЗІТКНЕННЯ ДИСКУРСІВ У СОЦІУМІ:

ВІЙНА СЕНСІВ АБО ПОШУК ІСТИНИ

Сьогоднішня Україна перебуває у особливому просторі, який називають «нервовим інформаційним простором» (за Г.Почепцовим) [1]. У повсякденній

соціальній реальності існує дуже багато віртуальностей, які розмивають адекватну дійсність. Ми багато часу проводимо у змістовних (сенсових) зіткненнях – коли намагаємося відстояти своє бачення тих чи інших явищ та процесів у соціумі. Сенсові війни ведуться за те, чого немає у реальності. Це – нематеріальні цінності, але вони дають право країні, соціальній групі, особистості право на існування. Тобто, дискурси стають самостійним сенсовим полем – певною реальністю. Зміст та структура дискурсів не просто відображають уявлення людей про світ, але й створюють символічну реальність зі своїми соціальними законами та правилами поведінки.

Вплив дискурсів має соціальні наслідки. Ці події вражають та захоплюють окремі соціальні групи та країни. Дискурси визначають соціальні, культурні та глобальні зміни – екологічні катастрофи, війни, зміну політичного курсу. Більш локально вони формують нові соціальні групи, змінюють зміну організацій, рекламу, моду й т.д. У зв'язку з цим виникає гостра необхідність – управляти такими соціальними наслідками, тобто прогнозувати розвиток дискурсу та створеного у ньому поля значень.

Сьогодні не існує єдиної думки щодо розуміння поняття "дискурс". Ми розділяємо те визначення, яке трактує дискурс, як особливий спосіб комунікації та розуміння оточуючого світу [2, с. 17-18]. Адже наші практики взаємодії не нейтральні, вони відображають світ, ідентичності та соціальні взаємовідносини. Це наш спосіб активного творення та зміни оточуючого середовища. Саме тому, дискурси ведуть за собою людство, вони формують систему бачення світу. Залежно від картини світу у людини з'являється мотивація та ті або інші дії. Картини світу існують на рівні країни, групи, сім'ї. Саме звідси соціальні суб'єкти формують власні цілі та рухаються туди, куди кличуть їх їхні дискурси.

Проте, необхідно враховувати, що цей рух супроводжується боротьбою дискурсів. Різні дискурси – кожний з яких представляє собою певний спосіб комунікації та розуміння соціального світу – втягнуті у постійну боротьбу за домінування.

Аналіз зіткнення дискурсів ґрунтується на чотирьох загальних тезах:

- *критичний підхід до само собою зрозумілого знання*. Наші знання про соціальну реальність не слід приймати за об'єктивну правду. Реальність доступна нам лише через певні категорії. Саме тому наші пізнання про реальність – це не пряме відображення зовнішньої реальності, а результат наших засобів її категоризації, або виражаючись мовою дискурсивної термінології, наші знання – продукт дискурсу;

- *історична та культурна обумовленість*. Ми за своєю суттю історичні та культурні істоти й наші погляди і знання про реальність – це продукт взаємодії, які історично склалися між людьми (причому, як на рівні сім'ї, так й на рівні країни). Саме тому, способи розуміння та репрезентації реальності мають історичну та культурну специфіку. Наш світогляд та ідентичності відрізняються й змінюються з часом. Дискурс – це форма соціальної поведінки, яка приймає участь у формуванні соціального світу (включаючи знання, людей та соціальні відносини) і таким чином, у підтримання та збереження соціальних паттернів;

- *зв'язок між знаннями та соціальними процесами*. Наші засоби розуміння реальності створені та підтримуються соціальними процесами. Знання виникають у процесі соціальної взаємодії, де ми конструємо відомі істини й доводимо одним одному, що є правильним, а що помилковим;

- *зв'язок між знанням та соціальною поведінкою*. У межах певного світогляду, деякі способи поведінки стають природними, інші – неприйнятними. Різниця у соціальних поглядах призводять до відмінностей у соціальних діях. Як наслідок, соціальна структура знань і істина мають соціальні наслідки [2, с. 23-24].

Таким чином, щоб управляти дискурсами, потрібно їх знати та розуміти. Основне, що необхідно враховувати досліджуючи існуючі у соціумі зіткнення дискурсів – це проаналізувати співвідношення сил у суспільні, сформулювати нормативний підхід з позиції якого можна провести критичний аналіз такого співвідношення та спрогнозувати соціальні зміни, які можуть виникнути як слідство

дискурсивних практик. Дискурсивна практика – це соціальна практика, яка формує соціальний світ. У концепті «соціальної практики» дії людей розглядаються з дуальної позиції: з одного боку, дії конкретні, індивідуальні та пов'язані з певним контекстом; з іншої – вони закріплені соціально і тому мають тенденцію до сталості.

Використана література:

1. Почепцов Г.Г. Войны новых технологий / Почепцов Г.Г. – Харьков: Фолио, 2020. – 602 с.
2. Йоргенсен М.В. Дискурс-аналіз. Теорія і метод / Йоргенсен М.В. , Філліпс Л.Дж. ; пер. з англ. – 2-е вид., випр. – Харків: Гуманітарний Центр, 2008. – 352 с.

Лисенок М.А.
marisonce@gmail.com
старший викладач
кафедри соціології
ДВНЗ “Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана”
м. Київ, Україна

РЕКЛАМА ЯК ВПЛИВОВИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ

Сьогодні сучасне суспільство неможливо уявити без засобів масової інформації, які суттєво впливають на соціалізацію особистості, формування її поглядів, смаків, трансформуючи та спрямовуючи їх у певне русло через навіювання цінностей, «модних» стереотипів. Саме тому актуальною проблемою є вплив медіа, зокрема, реклами, на формування та розвиток сучасної особистості. На прикладі реклами пропонуємо з'ясувати, як інформаційний простір впливає на особистість, чи може він призводити до зміни її життєвих позицій, цінностей.