ПВНЗ «ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА Інформаційної, бібліотечної, архівної справи та соціально – політичних і гуманітарних дисциплін .

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 029 Інформаційна,бібліотечна та архівна справа .
(шифр та назва)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА_____
(назва)

_____

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

ВПЛИВ ІНФОРМАЙІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МІЖОСОБИСТІСНІ

(назва затвердженої теми)

ВІДНОСИНИ :ДОКУМЕНТОЗНАВЧИЙ ТА СОЦІАЛЬНИЙ АНАЛІЗ

(на прикладі «Соціальних мереж»)

Магістрант (ка) _____ Конотопчик Тетяна Степанівна
.
(підпис студента) (прізвище, ім’я по-батькові студента)

Науковий керівник _____ Костецький М.Р к.е.н.,доц. .
(підпис наукового керівника) (прізвище, ініціали, наукове звання і ступінь)

Допущено до захисту “ ” 202 р.

Завідувач кафедри _____ _____
(підпис) (прізвище, ініціали, наукове звання і ступінь)

Декан факультету _____ _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Завідувач навчальної частини _____ _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Київ – 2025

ПВНЗ «ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА Інформаційної, бібліотечної, архівної справи та соціально – політичних і гуманітарних дисциплін .

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 029 Інформаційна,бібліотечна та архівна справа .
(шифр та назва)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА_____
(назва)

ЗАВДАННЯ

на випускну кваліфікаційну магістерську роботу студентові (ці):

Конотопчик Тетяна Степанівна.
(прізвище, ім'я, по-батькові студента (ки))

1. Тема роботи: **ВПЛИВ ІНФОРМАЙІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МІЖОСОБИСТІСНІ ВІДНОСИНИ :ДОКУМЕНТОЗНАВЧИЙ ТА СОЦІАЛЬНИЙ АНАЛІЗ**
(назва затвердженої теми)

2. Затверджена наказом по університету від " 08 " 03 2024 р. № 16

3. Цільова установка на вихідні дані до роботи _____

Метою роботи є теоретичні підходи до аналізу впливу інформаційних технологій на міжособистісні відносини : документознавчий та соціальний

4. Перелік графічного матеріалу (з точним визначенням обов'язкових креслень)

Рис.1.1 Принцип трьох «К»

Рис.1.2 Правильний підхід до впровадження інформаційних технологій

Рис.2.2 Охоплення соціальних мереж по платформам

5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів, що їх стосуються:

Розділ	Науковий керівник	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання отримав
1	Костецький М.Р.		
2	Костецький М.Р.		
3	Костецький М.Р.		

6. Зміст випускної кваліфікаційної магістерської роботи (перелік питань)

Розділ 1 Теоретичні аспекти впливу інформаційних технологій на міжособистісні відносини

1.1. Поняття та суть міжособистісних відносин і сучасному суспільстві

1.2. Інформаційні технології :класифікація ,розвиток та основні напрямки використання

1.3. Основні теорії та підходи до аналізу взаємодії технологій та соціальних комунікацій

Розділ 2 Аналіз впливу інформаційних технологій на соціальні комунікації

2.1.Соціальні мережі та месенджери як платформи міжособистісної взаємодії

2.2.Віртуальні комунікації :переваги та загрози для міжособистісних відносин

2.3.Феномен онлайн – ідентичності та його вплив на реальні взаємини

Розділ 3. Практичний аналіз впливу інформаційних технологій на міжособистісні відносини

3.1. Результати соціального дослідження : ставлення до впливу ІТ на комунікацію

3.2. Аналіз кейсів використання інформаційних технологій у міжособистісних відносинах

3.3. Рекомендації щодо ефективного використання інформаційних технологій у комунікації

7. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної магістерської роботи

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної магістерської роботи	Термін виконання етапів випускної кваліфікаційної магістерської роботи	
		За планом	Фактично
1.	Обрання теми випускної кваліфікаційної магістерської роботи (ВКМР)	12.02.24 – 23.02.24	
2.	Опрацювання літератури та інших джерел для написання ВКМР	11.03.24 – 12.04.24	
3.	Виконання 1 розділу ВКМР	15.04.24 – 17.05.24	
4.	Виконання 2 розділу ВКМР	20.05.24 – 21.06.24	
5.	Виконання 3 розділу ВКМР, висновки	05.08.24 – 27.09.24	
6.	Передзахист та проведення перевірки на плагіат	02.12.24 – 13.12.24	
7.	Відгук керівника, рецензія	03.02.25 – 07.02.25	

8. Дата видачі завдання “ 11 ” 03 2024 р.

Керівник _____
(підпис)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис)

Розділ 1 Теоретичні аспекти впливу інформаційних технологій на міжособистісні відносини

1.4. Поняття та суть міжособистісних відносин і сучасному суспільстві

1.5. Інформаційні технології :класифікація ,розвиток та основні напрямки використання

1.6. Основні теорії та підходи до аналізу взаємодії технологій та соціальних комунікацій

Розділ 2 Аналіз впливу інформаційних технологій на соціальні комунікації

2.1.Соціальні мережі та месенджери як платформи міжособистісної взаємодії

2.2.Віртуальні комунікації :переваги та загрози для міжособистісних відносин

2.3.Феномен онлайн – ідентичності та його вплив на реальні взаємини

Розділ 3. Практичний аналіз впливу інформаційних технологій на міжособистісні відносини

3.1. Результати соціального дослідження : ставлення до впливу ІТ на комунікацію

3.2. Аналіз кейсів використання інформаційних технологій у міжособистісних відносинах

3.3. Рекомендації щодо ефективного використання інформаційних технологій у комунікації

ВСТУП

Актуальність теми. З виникнення комп’ютерів та інтернету комунікація стала набагато зручніша. Компанії почали розвивати нові ринки інформаційних технологій і полегшили собі роботу в рази. Передача матеріалу стала зручніша. Співпраця з партнерами вийшла на новий рівень комунікації де не потрібно вже особисто зустрічатись, шукати можливості, тратити час на приїзд, а онлайн зустрічі, які дають змогу в секунду обговорити питання поділитися файлами та приставити графіки, таблиці, макети. Постановка проблеми. Зважаючи на постійну зміну вимог ринку та суспільства, необхідність адаптації та розробка інновацій стає все більш актуальним напрямом наукових досліджень. Цифрові технології дозволяють підвищити ефективність формування та реалізації бізнес-процесів, автоматизувати процеси виробництва, підвищити якість продукції та послуг. Вони також сприяють. Вивчення різних форм та видів цифрових технологій дає змогу зрозуміти їхній вплив на сучасне суспільство та визначити найефективніші способи їх використання. Це дозволяє підприємствам, організаціям і урядам приймати обґрунтовані рішення щодо впровадження цифрових технологій, а також розробляти політику та стратегії для забезпечення їхнього ефективного використання. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій, присвячених вивченню форм і видів цифрових технологій та їх впливу на сучасне суспільство і економіку, показує, що ця сфера є надзвичайно важливою. Цифрові технології мають потужний вплив на різні аспекти життя, починаючи від повсякденних комунікацій і закінчуючи формуванням механізмів глобальної економіки. Але аналіз публікацій підтверджує те, що відсутня велика кількість досліджень саме глобального розгляду видів та форм цифрових технологій з огляду на їх впровадження та використання у сучасному середовищі. Найбільш наближені

до теми дослідження були опублікованими такими науковцями: О. П. Цюняк [4], Т. С. Кучмійова [1], В. В. Прохорова, В. І. Чобіток [5], С. Ваннучині, Е. Приткова [2], П. Тамбе, Л. Хітт, Д. Рок, Е. Бриньолфсон [6], Р. Сасскінд та Д. Сасскінд [7], Л. Вербівська, О. Жук, О. Євсєєва, Т. Кучмійова, В. Саєнко [3] та інші. Відповідно аналіз останніх досліджень і публікацій підтверджує актуальність даного дослідження та вимагає подальших теоретичних і практичних розробок.

Метою роботи є теоретичні підходи до аналізу впливу інформаційних технологій на міжособистісні відносини : документознавчий та соціальний**.**

Об'єктом дослідження є процес формування впливу інформаційних технологій на міжособистосні відносини

Предметом дослідження є організація і аналіз соціальних мереж як показник впливу інформаційних технологій на міжособистісні відносини.

Виходячи з мети роботи виділимо наступні **завдання дослідження**:

Для досягнення поставлених задач використовувались теоретичні та емпіричні методи дослідження. Теоретичні: програмно-цільовий, системно-структурний, порівняльно-зіставний. Емпіричні: аналіз документів, опитування (бесіда, інтерв'ю, анкетування).

Новизна. Встановлено, що цифрові технології впливають на спосіб комунікації між людьми, що має як позитивні, так і негативні наслідки. Вони полегшують доступ до інформації та сприяють глобалізації, але можуть призводити до проблем з конфіденційністю та порушенням соціальних зв'язків. Незважаючи на ризики, цифрові технології відкривають широкий спектр можливостей для інновацій у різних галузях економіки, що сприяє економічному зростанню та соціальному прогресу. Практична значущість. Дослідження підкреслює важливість адаптації підприємств до нових умов та відповідального використання цифрових технологій для забезпечення успішного розвитку бізнесу та суспільства в цілому. Сучасне ринкове

середовище сприяє розвитку підприємницької активності та нових бізнес-ідей.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МІЖОСОБИСТІСНІ ВІДНОСИНИ

1.1. Поняття та суть міжособистісних відносин і сучасному суспільстві

Зростаючий інтерес до проблем спілкування у різних сферах людської діяльності, взаємодія та взаємовплив різних культур та їх носіїв спричинили появу численних праксеологічних дисциплін (вивчають умови і методи ефективної діяльності), які розвиваються переважно на тлі традиційних наук.

Наприклад, етика ділового спілкування, основи міжкультурної комунікації, крос-культурна комунікація у бізнесі безпосередньо пов´язані з теоретично-методологічним доробком етики, психології, соціології, культурології тощо. До таких дисциплін належить і культура міжособистісних стосунків.

Культура міжособистісних стосунків є праксеологічною галуззю етичного знання, що досліджує мораль з точки зору її реалізації. Вона розглядає певну систему морально-етичних цінностей: моральні й етичні принципи, правила поведінки і спілкування, поведінкові та комунікативні взірці, на які орієнтуються люди в процесі соціальної взаємодії.

Етика як наука про мораль досліджує моральну культуру суспільства щодо побудови її теоретичної моделі - визначення сутності і обґрунтування моралі, її розвитку, функцій, а культура міжособистісних стосунків, використовуючи концептуальний доробок, категоріальний апарат етики, наповнює їх конкретним соціально-історичним змістом, тобто постає як практична етика, основою якої є не стільки ідея доброчесності, скільки уявлення про належну (пристойну) поведінку.

Моральна культура суспільства - система морально-етичних цінностей, виражених у певних заборонах, нормах моралі, правилах етикету, морально-етичних взірцях поведінки і спілкування тощо.

На рівні буденної свідомості культура міжособистісних стосунків як соціальний феномен поєднує гуманістичну мораль та етикет, є різновидом спілкування і поведінки, який завдяки морально-етичним принципам поваги, чемності, тактовності, гідності, шляхетності і відповідальності гармонізує людські стосунки у будь-якій соціальній площині.

Як галузь етичних знань і навчальна дисципліна культура міжособистісних стосунків досліджує морально-етичні структури, які сприяють поліпшенню між-суб´єктних відносин, - норми моралі, правила етикету, морально-етичні стандарти (моделі поведінки і спілкування), тобто все, що пов´язано з моральною культурою.

Культура міжособистісних стосунків - прикладна етична дисципліна, яка вивчає взаємини між людьми, опосередковані моральною культурою суспільства (етосом).

Об´єктом її є міжособистісні стосунки, предметом - міжособистісні стосунки в морально-етичному аспекті.

Окреслення предмета культури міжособистісних стосунків передбачає розгляд його основних складових, що дає змогу ґрунтовно осягнути його сутність.

Головною вимогою, основним засадничим принципом культури стосунків є дієвість контролю за емоціями, афектами (лат. Affectus- душевне хвилювання, емоція). Первинна роль у підпорядкуванні пристрастей належить моралі, яка є однією з форм суспільної свідомості, традиційним соціальним інститутом, що забезпечує регуляцію міжособистісних стосунків відповідно до певної нормативної бази. Основною складовою, а також однією

з найпростіших форм морального імперативу (лат. imperativus - вимога) є моральна норма.

Моральна норма - вимога, якої необхідно дотримуватися за будь-яких обставин; невід'ємний елемент моральних відносин і моральної культури суспільства.

До виникнення моральної норми суспільні відносини регулювалися за допомогою заборон (наказів не робити будь-чого), заповідей (моральних повелінь). Першим соціальним механізмом, що дисциплінував людські інстинкти, "неписаним моральним кодексом людства" (З. Фройд) було табу (заборона певних дій). Поширювалося табу не лише на вчинки, а й на предмети, слова тощо, тобто на все, що породжувало відчуття смертельного жаху і водночас благоговіння. Вважалося, що той, хто порушував закон, неодмінно мав бути покараний законом табу - страшною силою, демоном або богом. Якщо цього не відбувалося, спільнота сама карала винуватця, щоб уникнути суспільного лиха.

З розвитком цивілізації безапеляційні моральні заборони загалом втрачали свою магічну та залякувальну сутність. Проте і досі вони є ефективними знаряддями суспільного остракізму (грец. ostrakismos, від ostrakon- черепок; вигнання) у країнах, де суспільна мораль тісно пов´язана з релігією (Індія, Саудівська Аравія та ін.).

З часом у моральній культурі табу поступається місцем заповіді - суворому правилу поведінки, неухильному обов´язку. Це своєрідні віроповчальні приписи, ритуальні, моральні, санітарно-гігієнічні норми поведінки. Вони містилися переважно у священних книгах різних релігій, були обов´язковими приписами, універсальними заборонами ("не вбивай", "не кради", "не чини перелюбу", "не давай неправдивих свідчень"), їх зміст залежав від певного рівня розвитку суспільства, суспільної моралі. У заповідях відображалося уявлення окремого народу про "добро" і "зло", їм

була притаманна потужна соціальна мотивація, що й зумовило перетворення їх на систему моральних норм.

Ускладнення суспільного життя, розвиток самосвідомості індивідів і спільнот, необхідність вирішення різноманітних міжособистісних конфліктів спричинилися до виникнення такої форми суспільної свідомості як *мораль* (лат. moralis, від mos (moris) - звичай, воля) - система поглядів, норм, оцінок, які регулюють людську поведінку. Однак інтегруючою складовою культури міжособистісних стосунків мораль стала з набуттям гуманістичного спрямування, тобто з утвердженням у ній таких моральних цінностей, як добро" совість, співчуття, обов´язок, відповідальність тощо.

Особливості культури міжособистісних стосунків (практичної етики) зумовлені характером людської діяльності. Наприклад, морально-етична основа стосунків в економічній сфері суттєво відрізняється від етики сімейних стосунків. Та стрижневою основою моральної культури є гуманне ставлення до людини, яке заперечує агресію в усіх її формах вираження.

На засадах прогамування особистих пристрастей, поваги до людини, чемності, тактовності ґрунтується етикет (франц. etiquette, від etiquer - прикріплювати) - сукупність умовних правил поведінки. Вони стосуються формальних проявів у міжособистісних стосунках, форм звертання і привітань, поведінки у громадських місцях, манер, одягу, а також проявів у конкретних ситуаціях поваги, чемності, тактовності тощо.

Повага - морально - етичний принцип, який вимагає ставлення до іншої людини як до особистості, цінування її почуття власної гідності.

Зміст етикету виявляється через манери (франц. maniere - спосіб, прийом) - ціннісні характеристики моральності особистості (чемність, тактовність, делікатність), а також уміння поводитися серед людей, взаємодіяти (спілкуватися) з ними тощо. Правильне використання їх допомагає людині подобатися тим, з ким вона взаємодіє.[5,с56]

За відсутності моральних наслідків (приниження, образи тощо) вони виконують допоміжну функцію в регулюванні суспільних відносин, оскільки недотримання правил етикету за столом, сором´язливість у незнайомому оточенні викличуть, можливо посмішку або навіть осуд, але навряд чи когось образять. До зовсім інших наслідків призводить брутальна, неввічлива, нетактовна поведінка людини.

Манери як ціннісні характеристики особистості поділяють на естетичні (формальна атрибутика поведінки і спілкування: жести, інтонація голосу, міміка" вміння адекватно поводитися у певних ситуаціях) і етичні (моральні якості індивіда: повага, чемність, тактовність тощо).

Тактовність - моральна якість особистості, яка виражає здатність людини поважати іншу людину, уважно ставитися до її переживань; інтуїтивне визначення міри щодо власних слів і вчинків.

У кожного народу своє розуміння чемності і тактовності. Якщо, наприклад, американці відверто висловлюють свої думки, то для арабів чи японців примусити людину почервоніти через категоричне судження є неприпустимим.

З розвитком гуманістичної моралі найвищим проявом культури міжособистісних стосунків стала делікатність (франц. - ніжний, тонкий) - здатність поважати людей, що виражається в особливо чуйному до delikat них ставленні, страх заподіяти людині навіть найнезначніші образу, незручність. За змістом делікатність споріднена із тактовністю, оскільки вона теж ґрунтується на чуйному ставленні до інших людей. Тільки в цьому разі чуйність, повага до інших набагато гостріші.

Необхідність тактовності, чемності та поваги як головних атрибутів етикету, ціннісних характеристик особистості намагалися обґрунтувати ще мислителі Давньої Греції і Китаю. Наприклад, давньогрецький філософ Арістотель (384-322 до н. е.) стверджував, що модель поведінки "істинного

аристократа", крім традиційних військових чеснот, вимагає стриманості, поваги і чемності. На думку давньокитайського мислителя Конфуція (552-479 до н. е.), людина честі, крім стриманості, чемності, шанобливого ставлення до інших, має виявляти справедливість, правдивість, відчувати огиду до наклепників і дотримуватися правил етикету. [8,с76]

Про зародження етики пристойності (етикету) у Давній Русі свідчать "Повчання великого князя Київського Володимира Мономаха", який повелівав своїм дітям "душею бути чистим, незайманим, тілом - слабким, у розмові - чемним... їж та пий без особливого галасу, при старших помовчи, до розумних прислухайся, старійшинам підкоряйся, з рівними та підлеглими живи в симпатії, спілкуючись, уникай хитрощів, більше розмірковуй, не смійся надмірно, соромся старших...". "...Понад усе шануйте гостя, хоч би звідки він не прийшов, простолюдин він чи вельможний пан, або ж посол; і якщо не зможете вшанувати його дарунком - водою та їствами пригостіть, оскільки вони, буваючи усюди" прославлять людину по всіх землях - доброю або злою".

У лицарському середовищі епохи пізнього середньовіччя домінував культ куртуазних (франц. cour - двір) манер, які з часом стали обов´язковою складовою придворного етикету, а головні моральні чесноти лицарства (вірність, честь, шляхетність) відмежовували тогочасні військові еліти від інших суспільних верств.

Формування етикету завершилося в період розквіту Абсолютизму (форми правління, за якої вся верховна влада належить монарху: царю, імператору, королю), який, наприклад, у Франції досяг свого апогею наприкінці XVII - на початку XVIII ст., за часів правління Людовіка XIV. Саме тоді етикет перетворився на символ витончених манер, символізував престижність і владу, використовувався у боротьбі за неї. Все це спонукало до відшліфовування манер, посилення контролю над афектами, моделювання пристрастей. У цей період придворна аристократія запропонувала свій

взірець поведінки, внаслідок чого відбулося розмежування між буржуазною моральною культурою і "галантною етикою" дворян. Носіїв куртуазної культури влучно охарактеризував німецький письменник і мислитель Йоганн-Вольфганг Гете (1749-1832): "Ця блискуча нікчемність, а нудота у товаристві мерзенних людей, які рояться навколо! Яка боротьба дрібних честолюбств всі тільки того і бажають або слідкують за тим, щоб обігнати один одного хоча б на півкрок... ".

Інтегруючою складовою культури міжособистісних стосунків є ціннісний ідеал особистості - історично обумовлений взірець моральних чеснот і пристойних манер, який впливав на формування поведінково-комунікативного стандарту. Так, у Давній Греції еталоном морально-етичних чеснот був представник аристократії, у феодальну епоху - лицар або дворянин. У Великій Британії і сьогодні поняття "джентльмен" уособлює найвищі морально-етичні якості.[10,с36].

У сучасному світі культура гарних манер є не просто даниною аристократичному минулому. У відносно трансформованому вигляді вона є ознакою цивілізованості, критерієм якості міжособистісних стосунків. Попри те, структуру сучасного етикету переважно визначає культура спілкування, яка постає як культура вербального спілкування (мовленнєвий етикет) і культура невербального спілкування (мова тіла).

Культура вербального спілкування представлена системою модальностей спілкування, що спирається на морально-етичні, мовні правила і відображає шанобливе ставлення людини до інших людей і до себе.

Модальність (лат. modus - спосіб, образ) спілкування - різновид спілкування, особливості якого залежать від його мети, засобів та характеру.

До культури вербального спілкування належить культура привітання, звертання, титулування, диспуту, проведення переговорів тощо. Всі вони є елементами мовленнєвого етикету і повинні відповідати певним правилам і

нормам. Кожному історичному періоду, різним народам притаманні свої уявлення про норми спілкування, та більшість сучасних моральних культур є гуманістично зорієнтованими.[15,с76]

До культури невербального спілкування належить культура жестів, дотику, погляду, одягу. Основою її теж є ідея про "належне" або "пристойне", тобто вона нормативно визначена. Так, у багатьох країнах існують заборони на певні жести. Одна й та сама жестикуляція в одній культурі має позитивне смислове навантаження, в іншій - негативне, що при спілкуванні носіїв різних культур може спричинити крос-культурний конфлікт. Культура невербального спілкування загалом має візуальний характер і багато в чому зорієнтована на національну моральну культуру.[9,с36]

Високу культуру спілкування демонструє комунікативно компетентна людина, яка успішно застосовує арсенал морально-етичних норм і правил, вдало визначає характер людини, з якою спілкується.

Комунікативна компетентність (лат. competia - належність по праву; обізнаність) - досвідчене володіння мовою (мовами) на вербальному та невербальному рівнях, здатність соціально прийнятно спілкуватися, що передбачає дотримання певних морально-етичних норм, врахування психологічних особливостей співрозмовника.

Отже, невід´ємними елементами культури міжособистісних стосунків є гуманістична мораль та основні елементи сучасного етикету - культура манер, культура вербального і невербального спілкування, комунікативна компетентність тощо. Вона знаходить своє відображення у різних соціальних практиках, зокрема у родинних стосунках, в економічній, професійній сферах діяльності.

В умовах крос-культурного спілкування (спілкування на перетині різних культур) проблема культури міжособистісних стосунків передбачає врахування національних особливостей моральної культури: правил етикету,

специфіки невербального спілкування, культури тендерних стосунків інших народів.

Формування рівноправних позитивних, високоефективних стосунків базується на

ПРИНЦИПІ ТРЬОХ «К»

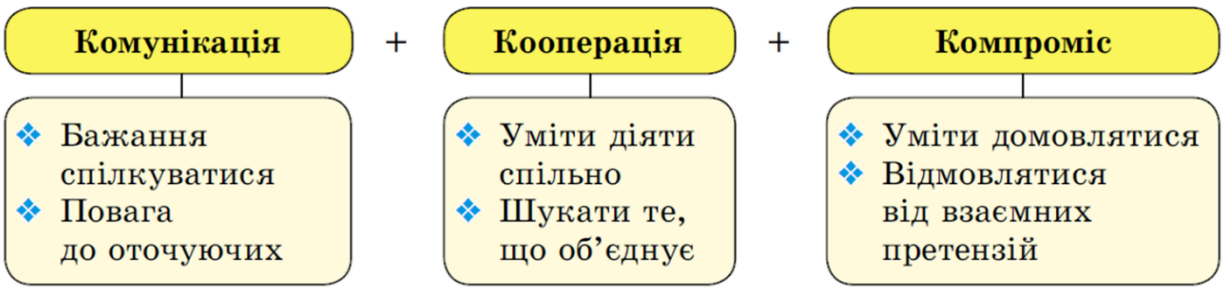


Рис.1.1 Принцип трьох «К»

1.2. Інформаційні технології :класифікація ,розвиток та основні напрямки використання

Результати наукових досліджень показують, що інформація і наукові знання останніми роками грають все більшу роль в житті суспільства. Про інформацію сьогодні говорять як про стратегічний ресурс суспільства, що визначає рівень розвитку держави, його економічний потенціал і положення в світовій спільноті. Так, за деякими даними, об'єм витрат на розвиток інформаційної сфери в США сьогодні перевищує витрати на розвиток паливно-енергетичного комплексу цієї країни. У багатьох розвинених країнах світу сьогодні активно йде процес переходу від індустріального до інформаційного суспільства. У цих умовах засоби створення і використання інформаційних ресурсів в будь-якій розвиненій країні мають бути на рівні сучасних вимог. Такими засобами є:

- наукова методологія, використовувана в інформаційній сфері суспільства;

- програмно-апаратні засоби інформатизації;

- сучасні інформаційні технології. Вказані засоби останніми роками все більш широко використовуються практично у всіх сферах соціальної практики. Що ж до інформаційних технологій, то, підвищуючи ефективність використання інформаційних ресурсів, вони виступають не тільки як найважливіший інструмент діяльності в інформаційній сфері суспільства, але також і як могутній каталізатор розвитку науково-технічного прогресу. Саме тому проблема розвитку і вдосконалення інформаційних технологій сьогодні займає одне з пріоритетних місць в стратегії науково-технічного і соціально-економічного розвитку передових країн світу, є важливим аспектом їх національної політики. В той же час, якщо говорити про фундаментальні наукові аспекти проблеми розвитку інформаційних технологій, то, як це не покажеться дивовижним, положення тут залишає бажати набагато кращого. Адже до цих пір інформаційні технології, як науковий напрям досліджень, так і не сформувалися.[19,с.43]

Немає об'єктивних критеріїв ефективності різних видів інформаційних технологій і методів їх кількісної порівняльної оцінки. Не розроблені на необхідному рівні методи аналізу і синтезу високоефективних інформаційних технологій. Немає навіть загальноприйнятої класифікації інформаційних технологій, хоча певні спроби у всіх цих напрямах вже робляться. Так, наприклад, універсальним кількісним критерієм ефективності інформаційних технологій запропонована економія соціального часу, яка досягається в результаті їх соціального використання. Адже давно відомо, що будь-яка економія, врешті-решт, може бути зведена до економії часу. Проте цей підхід стосовно інформаційних технологій ще не отримав свого необхідного розвитку, хоча і представляється вельми перспективним. Тому сьогодні слід констатувати, що є істотне відставання теоретичних розробок в області інформаційних технологій від потреб соціальної практики, які швидко зростають. Адже світ стоїть на порозі нової цивілізації, яку не без підстав називають постіндустріальним інформаційним суспільством. Інформація і наукові знання отримають в цьому суспільстві пріоритетний розвиток, що

дозволить істотним чином скоротити витрати інших видів ресурсів і вирішити на цій основі багато сучасних глобальних проблем розвитку цивілізації. Найбільш важливою відмінною рисою цієї цивілізації стане повсюдне і високоефективне використання інформації і її найбільш високоорганізованої форми - наукових знань. Інформація і наукові знання будуть не тільки стратегічними ресурсами і чинниками розвитку суспільства, але також і найбільш поширеними в цьому суспільстві предметами і результатами праці. З використанням інформації учені зв'язують свої надії на вирішення глобальних енергетичних і екологічних проблем розвитку суспільства, а також проблем подальшого розвитку науки, освіти і культури, досягнення нового рівня інтелектуального і духовного розвитку людини і суспільства, його перехід на шлях безпечного і стійкого розвитку. Фундаментальною основою нового технологічного устрою суспільства, найімовірніше, стануть високоефективні інформаційні технології, для реалізації яких використовуватимуться різноманітні засоби інформатики, побудовані на нових фізичних принципах. Найближчими роками слід чекати появи цілого ряду принципово нових наукових і практичних результатів. Таким чином, прогнози, що існують в даний час, про формування і становлення постіндустріальної інформаційної цивілізації є цілком реалістичними і підтверджуються реальним ходом історичного процесу. Логічно тепер поставити питання про те, який саме період XX століття слід вважати за початок формування інформаційного суспільства. Ряд дослідників вважає, що таким періодом є початок 70-х років. Адже саме в цей час з'явилися і почали широко розповсюджуватися такі новації в інформатиці, як дисплеї, накопичувачі інформації на магнітних дисках, а також телекомунікаційні системи загального призначення. Ці досягнення, а також розвиток алфавітно-цифрових і графічних методів представлення інформації в комп'ютерних системах і стали тими вирішальними чинниками, які зробили можливим широке використання обчислювальної і інформаційної техніки не тільки в наукових дослідженнях і оборонних розробках, але і в економіці,

фінансовій сфері, установчій практиці. Але найголовніше, ці досягнення дали могутній поштовх розвитку автоматизованих інформаційних систем і нових інформаційних технологій, які і є сьогодні основним стрижнем процесу інформатизації суспільства, його науково-технічного і соціально-економічного прогресу.[44,с.23]

Наступний могутній імпульс в розвитку інформатизації суспільства пов'язують з появою на початку 80-х років мікропроцесорної елементної бази засобів інформатики. Його результатом стала поява і стрімке розповсюдження персональних ЕОМ, а також малогабаритних мікропроцесорів, що вбудовуються в різні технологічні і побутові пристрої, прилади і устаткування. Все це викликало справжній бум в області виробничих технологій, істотно змінило всю інформаційну техносферу, що оточувала людину. До хорошого швидко звикаєш. Сьогодні ділова людина вже не уявляє своє життя без мобільного телефону і персонального комп'ютера, а будь-яка сучасна установа немислима без власної автоматизованої інформаційної системи, електронної копіювальної техніки і виходу в міжнародну інформаційно-телекомунікаційну мережу. Нікого не здивує і персональна ЕОМ типу Core i5 на столі у звичайного студента і навіть школяра. Адже ця інформаційно-обчислювальна система має сьогодні такі функціональні можливості, якими всього 10-15 років тому могли володіти тільки системи, що відносилися в цей період до розряду СУПЕРЕОМ.[44,с.45]

Завдяки стрімкому розвитку засобів інформатики, що відбувається останніми роками, інформаційна сфера суспільства нестримно змінюється, роблячи тим самим сильний вплив на всі інші сторони життя і діяльності людей. У новому високоавтоматизованому інформаційному суспільстві у людей з'являться не тільки абсолютно нові можливості, але і нові проблеми - це проблема інформаційної нерівності людей в новому інформаційному середовищі і забезпечення інформаційної безпеки людини і суспільства, а також всієї біосфери нашої планети. Цілком можливо, що в тому новому

високоавтоматизованому інформаційному середовищі, яке вже формується в розвинених країнах світової спільноти, виникнуть і інші принципово нові глобальні проблеми, про зміст яких сьогодні можна тільки здогадуватися. На одну з таких проблем вказав в своїй оглядовій лекції з фізики відомий англійський учений С. Хокинг. Сьогодні він очолює в Кембріджі ту саму кафедру, якою свого часу завідував Ісаак Ньютон. У цій лекції, яка була прочитана в 1998 р. у Вашингтоні для президента США Біла Клінтона і його найближчого оточення, С. Хокинг відзначив ще одну нову небезпеку, яку може породити ніким сьогодні не контрольований процес розвитку інтелектуальних можливостей кібернетичних пристроїв і автоматизованих роботів. Він вважає, що якщо цей процес і далі продовжуватиметься такими ж темпами, як це має місце сьогодні (а ніякі реальні обмеження в розвитку цього процесу поки не є видимими), то вже в XXI столітті цілком вірогідною може опинитися ситуація, коли людству доведеться боротися за своє місце під сонцем вже не тільки з грізними силами Природи, але і з новою високоорганізованою штучною цивілізацією. Основу цієї цивілізації, на думку ученого, складатимуть біороботи і системи штучного розуму на базі надпотужних комп'ютерних мереж. Припущення подібного роду сьогодні здаються фантастичними. Можна рахувати їх просто жартом, грою розуму геніальної людини, яка, будучи протягом довгих років прикованою до інвалідної коляски і вимушеної спілкуватися з людьми, що оточують її, лише за допомогою комп'ютера, не втратила ще не тільки оптимізму, але і цілком завидного відчуття гумору. Проте в кожному жарті є доля правди. Ця народна мудрість неодноразово підтверджувалася практикою. Особливо в тих випадках, коли прогнози робляться геніальними людьми, що володіють особливою інтуїцією, свого роду "внутрішнім зором". Історія переконливо свідчить про те, що коли справа стосується науково-технічного прогресу, об'єктивна реальність його розвитку часто перевершує найсміливіші і, здавалося б, фантастичні прогнози.[44,с.67]

В даний час відбувається стрімкий розвиток глобального процесу інформатизації суспільства. При цьому кардинальним чином змінюється все інформаційне середовище суспільства. Нові автоматизовані інформаційні технології проникають практично у всі сфери соціальної практики і стають невід'ємною частиною нової, інформаційної культури людства. Саме тому сьогодні представляється виключно актуальною і важливою проблема формування інформаційної технології, як самостійної наукової дисципліни про методи створення високоефективних інформаційних технології (у звичайному, вузькому розумінні цього терміну), тобто свого роду теорії і методології проектування інформаційних технологій. Таким чином, окрім вже широко використовуваного в науці і практиці поняття інформаційної технології, як способу раціональної організації деякого інформаційного процесу, що часто повторюється, необхідно розвивати і нове, ширше уявлення про значення цього терміну. І в цьому випадку він позначатиме самостійний розділ науки, точно так, як і це має місце відносно самого поняття "технологія". Об'єктом досліджень інформаційної технології, як наукової дисципліни, мають бути інформаційні технології (у вузькому розумінні цього терміну), тобто способи раціональної організації інформаційних процесів. Предметом ж досліджень для інформаційної технології, як науки, повинні стати теоретичні основи і методи створення інформаційних технологій, а також їх проектування і ефективна реалізація. Для розвитку інформаційної технології в такому розумінні нам найближчими роками належить пройти весь цикл формування цього нового наукового напряму; класифікувати різні види інформаційних технологій, розробити критерії для їх порівняльного аналізу і кількісної оцінки ефективності, створити методи синтезу високоефективних технологій, засновані на останніх досягненнях фундаментальної науки, а також на застосуванні інформаційних елементів і інформаційних систем, що використовують нові фізичні принципи функціонування. Цілком можливо, що для успішного розвитку цієї науки доведеться також створити ряд нових наукових дисциплін, зокрема -

теорію інформаційної взаємодії в природі і суспільстві. При цьому представляється важливим приділити особливу увагу не тільки таким традиційним і вже більш менш вивченим фазам реалізації інформаційних процесів, як кодування, обробка і передача інформації. Крім того, належить розібратися і з набагато складнішими фазами цих процесів, які практично ще не вивчаються сучасною наукою. Це фази генерації інформації, а також її рецепції (сприйняття) інформаційними системами, зокрема - такими складними і мало вивченими, як свідомість і підсвідомість людини. Тільки після цього можна навчитися створювати і практично використовувати дійсно високоефективні інформаційні системи і технології, які і повинні будуть стати технологічною базою розвитку цивілізації в XXI столітті.[34,с.78]

Наочну область інформаційної технології, як наукового напряму, на початковому етапі його формування найімовірніше складатимуть наступні першочергові завдання:

1. Розробка методів структуризації і класифікації інформаційних технологій різного вигляду і призначення по їх характерних ознаках.

2. Розробка критеріїв ефективності інформаційних технологій, методів їх оптимізації і порівняльної кількісної оцінки.

3. Визначення перспективних напрямів розвитку інформаційних технологій на найближчі роки, а також наукових методів, які повинні лежати в їх основі.

4. Визначення принципів побудови перспективних засобів для реалізації високоефективних інформаційних технологій нового покоління.

Приведені вище визначення об'єкту і предмету досліджень інформаційної технології як наукової дисципліни, а також аналіз змісту вирішуваних нею першочергових завдань дають підставу зробити висновок про те, що інформаційна технологія як наука повинна увійти до складу природничих наук. Причому в значній частині своїх досліджень, вона

характеризуватиметься як технічна наука, що є одним з розділів фундаментальної інформатики. Теоретичною базою для інформаційної технології як науки повинні стати досягнення в області теоретичної інформатики і, перш за все, в області загальної теорії інформації (ОТІ) - тієї нової фундаментальної наукової дисципліни, яка вже активно формується останніми роками. Принципово важливими для розвитку інформаційної технології повинні також стати і результати досліджень в області ряду інших наук, таких, як когнітологія, семіотика, семантика, інформаційна психологія. Адже для створення принципово нових по своїй якості інформаційних технологій майбутнього нам необхідно буде добре знати ті процеси і чинники, які сприяють не тільки ефективному сприйняттю інформації людською свідомістю і підсвідомістю, але також і чинники, які сприяють її якнайкращому запам'ятовуванню і адекватному розумінню. Іншими словами, перспективні інформаційні технології мають бути не тільки орієнтовані на людину, але також і давати можливість розвитку у нього тих або інших якостей, сприяючих сприйняттю, запам'ятовуванню, аналізу і розумінню сенсу інформації. У сучасній науковій літературі такі технології все частіше називають креативними технологіями. Таким чином, можна вважати, що для розвитку креативних технологій в найближчі десятиліття відкриються нові перспективи. Особливо широко ці технології застосовуватимуться в системі освіти і спеціальної професійної підготовки кадрів.

Технологія при перекладі з грецького означає мистецтво, майстерність, уміння, а це процеси. Під процесом слід розуміти певну сукупність дій, направлених на досягнення поставленої мети. Процес повинен визначатися вибраною людиною стратегією і реалізовуватися за допомогою сукупності різних засобів і методів. Інформаційна технологія (ІТ) - процес, що використовує сукупність засобів і методів збору, обробки і передачі даних (первинної інформації) для отримання інформації нової якості про стан об'єкту, процесу або явища (інформаційного продукту). У тлумачному словнику по інформатиці дається наступне визначення: «ІТ – сукупність

методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, об'єднаних в технологічний ланцюжок, що забезпечує збір, зберігання, обробку, вивід і розповсюдження інформації для зниження трудомісткості процесів використання інформаційних ресурсів, підвищення їх надійності і оперативності». Сукупність методів і виробничих процесів ІС визначає принципи, прийоми, методи і заходи, регламентуючих проектування і використання програмно-технічних засобів для обробки даних в наочній області. Інформаційні ресурси – сукупність даних, що представляють цінність для організації (підприємства) і промовців як матеріальні ресурси. До них відносяться файли даних, документи, тексти, графіки, знання, аудіо- та відеоінформація. Процес обробки даних в ІС неможливий без використання технічних засобів і програмного забезпечення. Мета застосування ІТ - виробництво інформації для її аналізу людиною і ухвалення на його основі рішення по виконанню якої-небудь дії, а також зниження трудомісткості використання інформаційних ресурсів. Інформаційна система (ІС) - взаємозв'язана сукупність засобів, методів і персоналу, використовуваних для зберігання, обробки і видачі інформації на користь досягнення поставленої мети. Інформаційна технологія є процесом, а інформаційна система - середовищем. Таким чином, інформаційна технологія є більш ємким поняттям, ніж інформаційна система, тобто може існувати і поза сферою інформаційної системи.

Існує декілька точок зору на розвиток інформаційних технологій з використанням комп'ютерів, які визначаються різними ознаками поділу. Ознака поділу - вид завдань і процесів обробки інформації.

1 етап. (60-70 рр.) - обробка даних в обчислювальних центрах в режимі колективного користування. Основним напрямом розвитку інформаційної технології була автоматизація рутинних дій людини.

2 етап (з 80-х рр.) - створення інформаційних технологій, направлених на вирішення стратегічних завдань (перспективних, довгострокових).

Ознака поділу - проблеми, що стоять на шляху інформатизації суспільства.

1 етап (до кінця 60-х рр.) характеризується проблемою обробки великих об'ємів даних в умовах обмежених можливостей апаратних засобів.

2 етап (до кінця 70-х рр.) зв'язується з розповсюдженням ЕОМ серії IBM/360/ Проблема цього етапу - відставання програмного забезпечення від рівня розвитку апаратних засобів.

3 етап (з початку 80-х рр.) - комп'ютер стає інструментом непрофесійного користувача, а інформаційні системи - засобом підтримки ухвалення його рішень. Проблеми - максимальне задоволення потреб користувача і створення відповідного інтерфейсу роботи в комп'ютерному середовищі.

4 етап (з початку 90-х рр.) - створення сучасної технології міжорганізаційних зв'язків і інформаційних систем.

Проблеми цього етапу вельми численні. Найбільш істотними з них є:

- виробітку угод і встановлення стандартів, протоколів для комп'ютерного зв'язку;

- організація доступу до стратегічної інформації;

- організація захисту і безпеки інформації.

Ознака поділу - перевага, яку приносить комп'ютерна технологія.

1 етап (з початку 60-х рр.) характеризується досить ефективною обробкою інформації при виконанні рутинних операцій з орієнтацією на централізоване колективне використання ресурсів обчислювальних центрів. Основним критерієм оцінки ефективності створюваних інформаційних систем була різниця між витраченими на розробку і заощадженими в результаті впровадження засобами. Основною проблемою на цьому етапі була психологічна - погана взаємодія користувачів, для яких створювалися

інформаційні системи, і розробників із-за відмінності їх поглядів і розуміння вирішуваних проблем. Як наслідок цієї проблеми, створювалися системи, які користувачі погано сприймали і, не дивлячись на їх достатньо великі можливості, не використали повною мірою.

2 етап (з середини 70-х рр.) пов'язаний з появою персональних комп'ютерів. Змінився підхід до створення інформаційних систем - орієнтація зміщується у бік індивідуального користувача для підтримки ухвалюваних ним рішень. Користувач зацікавлений в розробці, що проводиться, налагоджується контакт з розробником, виникає взаєморозуміння обох груп фахівців. На цьому етапі використовується як централізована обробка даних, характерна для першого етапу, так і децентралізована, яка базується на вирішенні локальних завдань і роботі з локальними базами даних на робочому місці користувача.

3 етап (з початку 90-х рр.) пов'язаний з поняттям аналізу стратегічних переваг в бізнесі і заснований на досягненнях телекомунікаційної технології розподіленої обробки інформації. Інформаційні системи мають своєю метою не просто збільшення ефективності обробки даних, а й допомогу управлінцеві. Відповідні інформаційні технології повинні допомогти досягти намічених цілей.

Ознака поділу - види інструментарію технології

1 етап (до другої половини XIX в) - "ручна" інформаційна технологія, інструментарій якої складали: перо, чорнильниця, книга. Комунікація здійснювалася ручним способом шляхом відправки поштою листів, пакетів, депеш. Основна мета технології - представлення інформації в потрібній формі.

2 етап (з кінця XIX в) - "механічна" технологія, інструментарій якої складали: машинка, що пише, телефон, диктофон, оснащена досконалішими засобами

доставки пошта. Основна мета технології - представлення інформації в потрібній формі зручнішими засобами.

3 етап (40 - 60 рр. XX в) - "електрична" технологія, інструментарій якої складали: великі ЕОМ і відповідне програмне забезпечення, електричні машинки, що пишуть, ксерокси, портативні диктофони. Змінюється мета технології. Акцент в інформаційній технології починає переміщатися з форми представлення інформації на формування її змісту.

4 етап (з початку 70-х рр.) - "електронна" технологія, основним інструментарієм якої стають великі ЕОМ і створювані на їх базі автоматизовані системи управління (АСОВІ) і інформаційно-пошукові системи (ІПС), оснащені широким спектром базових і спеціалізованих програмних комплексів. Центр тяжіння технології ще більш зміщується на формування змістовної сторони інформації для управлінського середовища різних сфер суспільного життя, особливо на організацію аналітичної роботи. Був набутий досвід формування змістовної сторони управлінської інформації і підготовлена професійна, психологічна і соціальна база для переходу на новий етап розвитку технології.

5 етап (з середини 80-х рр.) - "комп'ютерна" ("нова") технологія, основним інструментарієм якої є персональний комп'ютер з широким спектром стандартних програмних продуктів різного призначення. На цьому етапі відбувається процес персоналізації АСОВІ, який виявляється в створенні систем підтримки ухвалення рішень певними фахівцями. Подібні системи мають вбудовані елементи аналізу і інтелекту для різних рівнів управління, реалізуються на персональному комп'ютері і використають телекомунікації. У зв'язку з переходом на мікропроцесорну базу істотним змінам піддаються і технічні засоби побутового, культурного і іншого призначень. Починають широко використовуватися в різних областях глобальні і локальні комп'ютерні мережі.

Нова інформаційна технологія - інформаційна технологія з "дружнім" інтерфейсом роботи користувача, що використовує персональні комп'ютери і телекомунікаційні засоби. Основу нової ІТ складають: розподілена комп'ютерна техніка, дружнє програмне забезпечення, розвиток комунікацій. Користувачеві не програмістові надана можливість прямого спілкування з ЕОМ за допомогою роботи в діалоговому режимі. При цьому могутні програмноапаратні засоби (бази даних, експертних систем, підтримки ухвалення рішення і ін.) створюють комфорт в роботі. Поняття “Нова ІТ” можна розглядати з практичної і теоретичної точок зору. З практичної точки зору – це сукупність автоматизованих процесів циркуляції і переробки інформації, описів цих процесів, прив'язаних до конкретної наочної області. З теоретичної точки зору нова ІТ є науково технічною дисципліною, в рамках якої досліджуються проблеми розробки і застосування автоматизованих процесів циркуляції і переробки інформації. У основу концепції нової ІТ, що базується на широкому застосуванні персональної комп'ютерної техніки, покладено три основні принципи: інтегрованість, гнучкість, інтерактивність. Для нової ІТ характерні: – робота користувача в режимі маніпулювання даними (користувач бачить і діє, а не знає і пам'ятає);

– наскрізна інформаційна підтримка на всіх етапах проходження інформації на основі інтегрованої бази даних;

– безпаперовий процес обробки документа, при якому на папері фіксується тільки кінцевий варіант документа, а проміжні версії і необхідні дані доводяться до користувача через екран дисплея ПЕВМ;

– інтерактивний (діалоговий) режим рішення задачі з широкими можливостями для користувача;

– можливість колективного виконання документів на основі групи ПЕВМ, об'єднаних засобами комунікації;

– можливість адаптивної перебудови форм і способу представлення інформації в процес рішення задачі. Існують два способи впровадження нової інформаційної технології (НІТ) в локальні інформаційні структури, засновані на адаптації НІТ до організаційної структури, на раціоналізації організаційної структури. При першому способі впровадження НІТ пристосовується до організаційної структури, відбувається лише локальна модернізація методів роботи, які сформувалися. Відбувається розподіл функцій між технічними працівниками (операторами) і фахівцями (адміністраторами), злиття функції збору і обробки інформації з функцією ухвалення рішень. Другий спосіб впровадження НІТ передбачає раціоналізацію організаційної структури: організаційна структура модернізується так, щоб ІТ дала найбільший ефект. Основною стратегією є максимальний розвиток комунікацій і розробка нових організаційних взаємозв'язків, раніше економічно недоцільних. Продуктивність організаційної структури зростає, оскільки раціонально розподіляються архіви даних, знижується об'єм циркулюючої по системних каналах інформації і досягається збалансованість ефективності кожного управлінського рівня вирішуваних завдань. Таким чином, перший спосіб впровадження НІТ орієнтований на існуючу структуру установи (ступінь ризику від впровадження НІТ зводиться до мінімуму, оскільки організаційна структура не змінюється); другий – на майбутню структуру. Як область науково-технічного прогресу, що охоплює в основному численні застосування комп'ютерної і телекомунікаційної технології практично у всіх сферах організаційного управління, НІТ швидко розвивається. Її революційне значення полягає в кардинальній перебудові і прискоренні процесу створення нової техніки і реалізації нових технологій. Яскравим прикладом цьому є використання системи автоматизації проектування (САПР) і автоматизованих систем наукових досліджень (АСНІ), застосування яких дозволяє прискорити процес трансформації нових наукових знань в конкретну технологію.



Рис.1.2 Правильний підхід до впровадження інформаційних технологій



Рис.1.3. Застосування та впровадження інформаційних технологій

НІТ об'єднує нові технології комунікацій на основі локальних і розподілених мереж ЕОМ, обробки управлінської інформації на основі ПЕВМ і спеціалізованих АРМ, а також вироблення управлінських рішень на основі засобів штучного інтелекту. Найяскравіше ефективність застосування НІТ виявляється в двох найважливіших областях управління:

1) автоматизація проектування оперативного планування і управління промисловим виробництвом: системи САПР, АСОВІ, АСНІ і т.д.;

2) автоматизація організаційного управління (установчої діяльності в самих різних її аспектах): текстові системи, електронна пошта, мовна пошта, система ведення баз даних і так далі.

По оцінках учених і фахівців, НІТ є в даний час одним з основних засобів підтримки, створення і забезпечення принципово нових технологій: електронно-променевої, плазмової, імпульсної, біологічної, радіаційної, хімічної і ін. Таким чином, надзвичайно важливим і актуальним стає завдання розробки стратегії розвитку НІТ і її взаємодії з виробництвом, управлінням, наукою, іншими сферами суспільної практики. НІТ, як нова область НТП, характеризує ряд особливостей, що істотно відрізняють її від інших напрямів науки і техніки:

– динамічність (технологія використання, покоління багатьох технічних і програмних засобів змінюються двічі в п'ятирічний період);

– постійно зростаючий рівень технічної складності складових НІТ компонентів, що викликає необхідність постійного підвищення кваліфікації як розробників, так і користувачів інформаційних систем;

– глибокий і довготривалий вплив на розвиток продуктивних сил і виробничих стосунків;

– високий ступінь потенційної ефективності при виконанні наступних умов: стандартизації, масштабності обхвату інфраструктури народного господарства, своєчасного організаційного забезпечення впровадження нових засобів і методів НІТ. НІТ

– це сукупність дуже багатьох форм, методів, навиків застосування всього різноманіття обчислювальної техніки і засобів зв'язку в області збору, обробки, зберігання і передачі інформації. У НІТ використовуються досягнення системотехніки, теорії обчислювальних систем, технологій

програмування, ергономіки, дизайну і інших прикладних наук інформаційно технічного профілю.

Це пояснюється рядом їх властивостей:

- ІТ дозволяють активізувати і ефективно використовувати інформаційні ресурси суспільства, що економить інші види ресурсів – сировину, енергію, корисні копалини, матеріали, устаткування, людські ресурси, соціальний час. - ІТ реалізують найбільш важливі, інтелектуальні функції соціальних процесів. - ІТ дозволяють оптимізувати і у багатьох випадках автоматизувати інформаційні процеси в період становлення інформаційного суспільства.

- ІТ забезпечують інформаційну взаємодію людей, що сприяє розповсюдженню масової інформації. Вони швидко асимілюються культурою суспільства, знімають багато соціальних, побутових і виробничих проблем, розширюють внутрішні і міжнародні економічні і культурні зв'язки, впливають на міграцію населення по планеті.

- ІТ займають центральне місце в процесі інтелектуалізації суспільства, в розвитку системи освіти, культури, нових (екранних) форм мистецтва, в популяризації шедеврів світової культури, історії розвитку людства.

- ІТ грають ключову роль в процесах отримання, накопичення, розповсюдження нових знань.

Перший напрям – інформаційне моделювання – дозволяє проводити «обчислювальний експеримент» навіть в тих умовах, які неможливі в натуральному експерименті із-за небезпеки, складності, дорожнечі.

Другий напрям, заснований на методах штучного інтелекту, дозволяє знаходити вирішення завдань, що погано формалізуються, завдань з неповною інформацією, з нечіткими початковими даними. Мова йде про створенні метапроцедур, які використовуються людським мозком.

Третій напрям – засновано на методах когнітивної графіки – сукупності прийомів і методів образного представлення умов завдання, які дозволяють відразу побачити рішення або отримати підказку для його знаходження.

Воно відкриває можливості пізнання людиною самого себе, принципів функціонування своєї свідомості.

- ІТ дозволяє реалізувати методи інформаційного моделювання глобальних процесів, що забезпечує можливість прогнозування багатьох природних ситуацій, підвищеної соціальної і політичної напруженості, екологічних катастроф, крупних технологічних аварій.

Інформатизація суспільства забезпечує інтернаціоналізацію виробництва. Показником науково-технічної потужності країни є зовнішньоторговельний баланс професійних знань. Реалізується він ринком ліцензій виробничих процесів, «ноу-хау» і консультаціями по застосуванню наукоємких виробів.

Наприклад, США приблизно 80 % нововведень передають дочірнім підприємствам в інших країнах. Коли ті освоюють запропоновану технологію, в США буває готова нова технологія, тобто вони реалізують випереджаючий цикл. Еволюція світового ринку дає переваги країні, яка передає наукомісткі вироби, що включають нові технології і сучасні професійні знання. Йде торгівля невидимим продуктом: знаннями, культурою. Відбувається нав'язування стереотипу поведінки. Саме тому в інформаційному суспільстві стратегічними ресурсами стають інформація, знання, творчість. А оскільки таланти не створюються, потрібно формувати культуру, тобто умови, в яких розвиваються і процвітають таланти. Комп'ютерні технології роблять тут величезний вплив за допомогою дистанційного навчання, комп'ютерних ігор, комп'ютерних відеофільмів і інших інформаційних технологій.

Соціальний вплив інформаційної революції полягатиме в синтезі західної і східної думки.

1.3. Основні теорії та підходи до аналізу взаємодії технологій та соціальних комунікацій

Взаємодія технологій та соціальних комунікацій є ключовим аспектом сучасного інформаційного суспільства. Технологічний прогрес змінює спосіб, у який люди обмінюються інформацією, встановлюють контакти, формують суспільну думку та взаємодіють у цифровому просторі.

Диджиталізація комунікацій

- Соціальні мережі (Facebook, Instagram, (Twitter), TikTok) стали основними платформами для спілкування, поширення новин і культурного обміну.

- Миттєві месенджери (Telegram, WhatsApp, Viber) прискорили обмін інформацією, зробивши комунікацію доступнішою.

За допомогою яких люди шукають однодумців і стають залежними від думки оточуючих. В цьому світі ми звикли переписуватись показувати своє життя і деколи надихати і надихатись. Позитивним є що в житті ти можеш не комунікувати з людиною особисто коли вона далеко, але при цьому не втрачати з ним зв’язок через соцмережі. Негативною стороною є те що ми не завжди знаємо що за людина по ту сторону екрану.

Штучний інтелект та автоматизація

- Алгоритми формують інформаційні стрічки користувачів, визначаючи, які новини, контент та рекламу вони бачать.

- Боти та віртуальні асистенти (ChatGPT, Google Assistant, Siri) впливають на моделі споживання інформації.

Мережеві ефекти та віртуальні спільноти

- Інтернет сприяв створенню нових форм соціальних зв’язків: онлайн-форумів, професійних мереж (LinkedIn) та краудсорсингових платформ.

- Формуються нові типи громадських рухів, які виникають та мобілізуються завдяки технологіям (наприклад, #MeToo, протести через соцмережі).

Дезінформація та маніпуляції

- Алгоритми можуть посилювати фейки та пропаганду через механізми інформаційних бульбашок.

- Кібербезпека та медіаграмотність стали критично важливими для розуміння комунікаційних ризиків.

Як соціальні комунікації впливають на технології

1. Формування попиту на нові технології

- Запити користувачів впливають на розвиток технологій: потреба в конфіденційності стимулює появу зашифрованих месенджерів, а запити на короткий контент - популярність TikTok.

2. Культура та етика цифрової взаємодії

- Вимоги до етичних стандартів змушують технологічні компанії вводити політики боротьби з хейт-спічем, цензурою, фейками.

- Регуляція великих платформ змінює правила гри (GDPR в Європі, контроль контенту в соцмережах).

3.Кооперація між користувачами та технологічними компаніями**

- Активні спільноти сприяють розвитку open-source проєктів та впливають на корпоративні рішення через зворотний зв’язок і громадські ініціативи.

Виклики та перспективи

- Етичні дилеми: баланс між свободою слова та регулюванням дезінформації.

- Технологічна залежність: ризики цифрової залежності та вплив алгоритмів на мислення.

- Нові формати комунікацій: розширення доповненої (AR) та віртуальної (VR) реальності в соціальних зв’язках.

-Децентралізація медіа: розвиток блокчейн-технологій для верифікації інформації.

Висновки до 1 розділу

Зростаючий інтерес до проблем комунікації в різних сферах людської діяльності, взаємодії і взаємного впливу різних культур і їх носіїв зумовили появу численних праксеологічних дисциплін тобто включають дослідження людської діяльності (фізіологію, гігієну, психологію, медицину), які розвиваються переважно на тлі традиційних наук. Наприклад, етика ділового спілкування, основи міжкультурного спілкування, міжкультурна комунікація в бізнесі безпосередньо пов'язані з теоретичними і методологічними досягненнями етики, психології, соціології, культурології та ін. Однією з таких дисциплін є культура міжособистісних відносин. Технології й соціальні комунікації перебувають у постійній взаємодії, формуючи нові моделі суспільних відносин. Важливо критично оцінювати їхній вплив, зберігати інформаційну гігієну та адаптуватися до викликів цифрового світу.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

2.1.Соціальні мережі та месенджери як платформи міжособистісної взаємодії

Соціальні мережі – це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам створювати профілі, підключатися до спільнот, вступати в діалог та обмінюватися різноманітним контентом. Вони надають можливість з’єднатися зі старими друзями, зустріти нових, поділитися думками, фотографіями, відео та іншими матеріалами.

Соціальні мережі стали невід’ємною частиною сучасного суспільства і бізнесу. З кожним роком їх поширеність зростає, привертаючи увагу мільйонів людей по всьому світу. Але що таке соціальні мережі насправді? Як вони впливають на спосіб, яким ми спілкуємося та обмінюємося інформацією, та що можуть запропонувати сучасному бізнесу, читайте далі.

Переваги соціальних мереж

Значення соціальних мереж у комунікації та обміні інформацією надзвичайно велике. Вони забезпечують нам легкий доступ до спілкування з людьми з усього світу, незалежно від відстаней та географічного положення. Завдяки соціальним мережам, ми можемо вести бесіди, спілкуватися у групах та спільнотах, обмінюватися думками, ідеями та досвідом. До основних переваг соцмереж належать:

1. **Зближення людей та збільшення можливостей для спілкування.**
   Соціальні мережі дозволяють нам легко підтримувати зв’язок зі старими друзями та знайомитися з новими людьми з усього світу. Ми

можемо обмінюватися повідомленнями, фотографіями, відео чи аудіозаписами в режимі реального часу, що дозволяє нам відчувати зв’язок навіть на великій відстані.

2. **Поширення ідеї та активізація громадської думки.**
   Соціальні мережі стали потужною платформою для висловлення своїх думок, ідеї та переконань. Вони дозволяють швидко та легко поширювати інформацію серед широкої аудиторії. Соціальні мережі також сприяють активізації громадської думки, створенню обговорень та формуванню позицій щодо важливих суспільних питань.

3. **Простір для творчості та самовираження.**
   Соціальні мережі надають платформу для виявлення творчих здібностей та самовираження. Ми можемо ділитися своїми творами, такими як фотографії, малюнки, музика, вірші та інше. Це стимулює розвиток талантів та дозволяє нам знайти спільну мову з іншими творчими людьми, що сприяє натхненню та взаємному зростанню.

Загалом, переваги соціальних мереж полягають у зближенні людей, поширенні ідей та активізації громадської думки, а також надають простір для творчості та самовираження. Ці переваги допомагають нам розширити свої горизонти, знайти нових друзів, співробітників та інсайти, а також відчути приналежність до глобальної спільноти. Запровадження соціальних мереж в наше щоденне життя відкриває безліч можливостей для взаємодії та розвитку, роблячи їх невід’ємною частиною сучасного суспільства.

Дані дослідження gemiusAudience за 2024 року.

Найбільша за охопленням соціальна мережа на платформах ПК+Телефони (тільки веб) 2024 року – Facebook з розміром аудиторії 14,1 млн Real Users та Reach 54,0%, але друга за всіма іншими аналізованими показниками. За нею по охопленню йде YouTube з невеликим розривом та Reach - 52,7%, що становить 13,8 млн Real Users, але при цьому являється

лідером по середньому часу, долі часу, переглядам сторінок та візитам. На третій позиції за всіма метриками знаходиться Instagram, а на четвертій – TikTok з охопленнями 34,2% (8,9 млн RU) та 19,7% (5,1 млн RU).

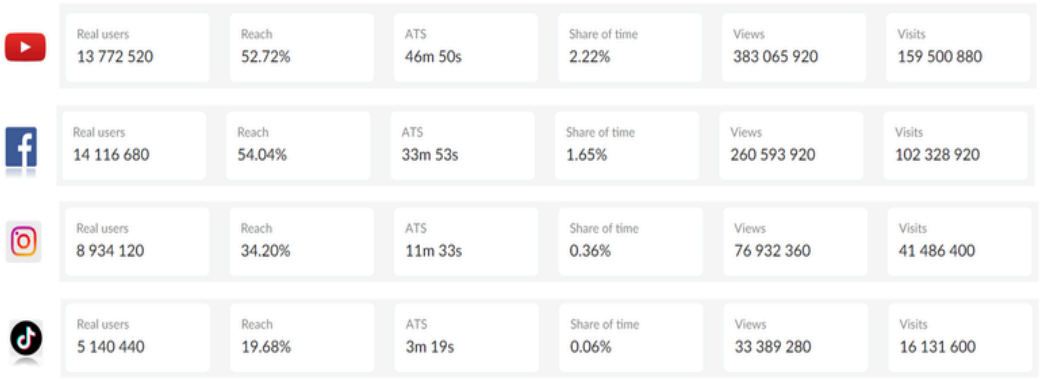


Рис.2.1 Загальний огляд соціальних мереж за 2024

Що стосується показника охоплення соціальних мереж у розрізі платформ, то чемпіоном на Телефонах є Facebook з 42%, на другій позиції Instagram – 27%, на третій YouTube із 22% та на четвертій TikTok з 15%. А на ПК перші дві позиції помінялись місцями, лідером став YouTube з 41%, за ним Facebook – 24%, Instagram – 13% та TikTok - 6%.

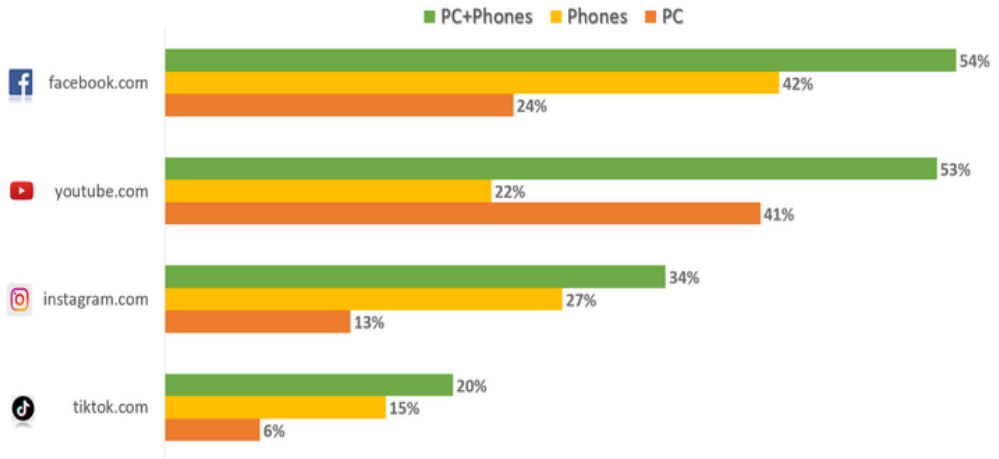


Рис.2.2 Охоплення соціальних мереж по платформам

Відносно метрики середнього проведеного часу (ATS), третє та четверте місце належить Instagram та TikTok як на Телефонах, так і на ПК з відчутно нижчими значеннями по смартфонам. Найдовший час на Телефонах має YouTube 20 хв 10 сек, а на ПК – Facebook з 52 хв 48 сек.

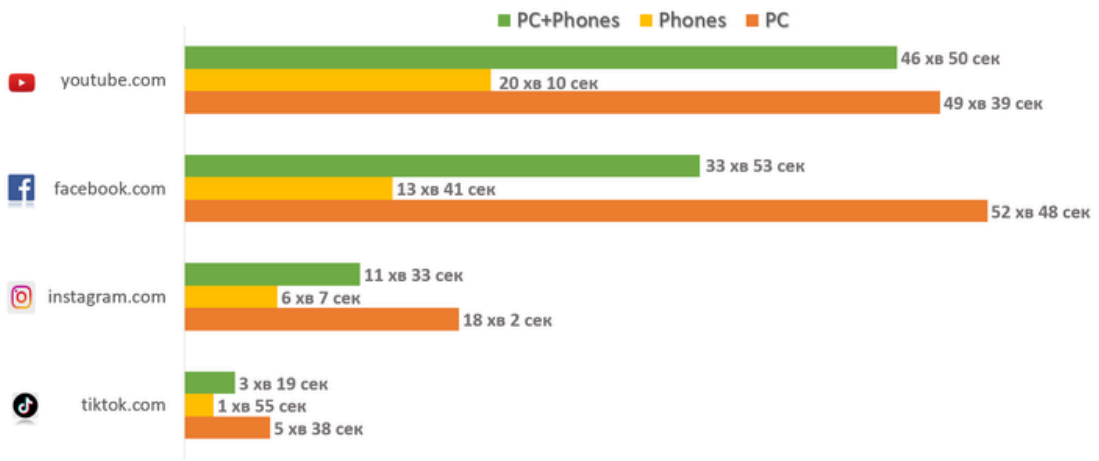


Рис.2.3 Середній час (ATS) в соціальних мережах по платформам за 2024 рік

YouTube є лідером по тим, у кого немає дітей/не живуть з дітьми, а також по тим, у кого діти віком 4-7 років та 8-12 років. А Facebook серед тих, у кого старше 16 років.

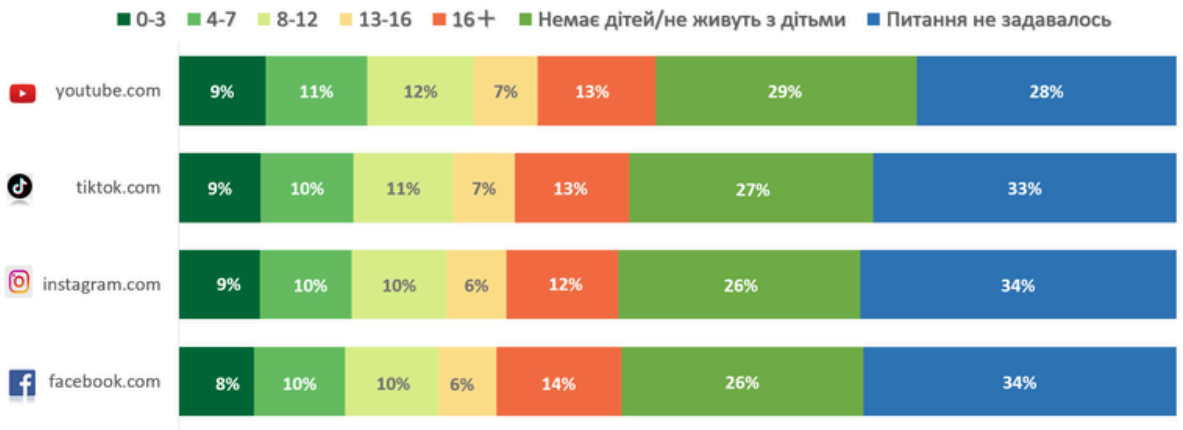


Рис.2.4. Склад аудиторії по соціальним мережам за наявністю дітей та за їх віком

Стосовно складу часу, TikTok є чемпіоном серед тих, у кого діти віком до 3 років та з 8-12 років. YouTube по тим, у кого немає дітей/не живуть з дітьми, а Facebook по тим, у кого діти старше 16 років. Для всіх соціальних мереж однакове значення – 7% по долі часу серед тих, у кого діти віком 13-16 років.

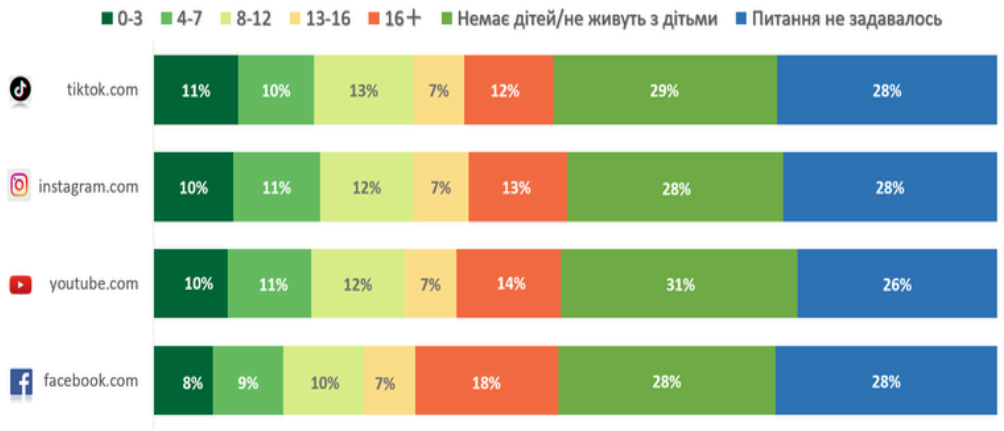


Рис.2.5. Склад часу по соціальним мережам за наявністю дітей та їх віку

Про дослідження gemiusAudience

gemiusAudience встановлює новий стандарт у представленні даних про використання Інтернет-медіа, моніторингу конкуренції, медіа та плануванні кампаній. Наше рішення надає вам надійне джерело інформації та надійний порівняльний аналіз вашої діяльності серед ваших конкурентів.

Вимірювання gemiusAudience пропонує рішення для однієї з найбільших проблем у вимірюванні аудиторії в Інтернеті – воно оцінює кількість реальних людей (справжніх користувачів), які споживають онлайн-контент, а не кількість файлів cookie. Це важливо, оскільки файли cookie не відображають фактичної кількості користувачів Інтернету через, наприклад, використання різних браузерів, спільне використання пристроїв, а також зростаючу проблема видалення файлів cookie або відсутності прийняття файлів cookie в певних операційних системах (iOS).

За допомогою gemiusAudience кожен сайт, потік і додаток вимірюється за тією самою методологією, тож ви можете створювати надійні контрольні показники. З яким конкурентом у вас найбільше дублювання аудиторії? Де планувати свої кампанії? Як маркетингові дії вас і ваших конкурентів впливають на профіль аудиторії? Це лише кілька запитань, на які ви можете відповісти за допомогою gemiusAudience!

Недоліки соціальних мереж

Разом з беззаперечними перевагами, соціальні мережі також мають і недоліки, до яких належать:

1. **Приватність та безпека інформації.**
   Зростання використання соціальних мереж призводить до збільшення обсягу особистої інформації, якою ми ділимося онлайн. Це ставить під загрозу нашу приватність та безпеку. Зловмисники можуть використовувати нашу інформацію для крадіжок, шахрайства або навіть кібершантажу. Для забезпечення безпеки, ми повинні бути обережними та розуміти, яку інформацію ми розкриваємо і перед ким.
2. **Залежність від соціальних мереж та їх вплив на психологічне благополуччя.**
   Використання соціальних мереж призводить до залежності та втрати продуктивного часу. Люди можуть проводити безліч годин в соціальних мережах, втрачаючи час, який можна було б витратити на більш цінні речі. Крім того, надмірне використання соціальних мереж може мати негативний вплив на психічне здоров’я, спричиняючи почуття самотності, незадоволеності та зниження самооцінки.
3. **Фільтрування інформації та поширення фейкових новин.**
   Соціальні мережі стикаються з проблемою фільтрування інформації, оскільки алгоритми показу контенту відповідають нашим інтересам та попередній взаємодії. Це може призводити до формування фільтрованих “бульбашок”, в яких ми отримуємо обмежену кількість різноманіття поглядів і точок зору. Крім того, соціальні мережі можуть стати поширювачами фейкових новин та дезінформації, оскільки інформація швидко поширюється через спільноти та шарінг користувачів. Це може сприяти появі недостовірних даних, сплутаних фактів та маніпуляційної інформації, що може вплинути на громадську думку та прийняття рішень.

Враховуючи ці виклики та проблеми соціальних мереж, важливо бути обережними та критичними споживачами інформації. Необхідно забезпечувати свою приватність та безпеку, обмежувати час, проведений в соціальних мережах, та розуміти, як алгоритми фільтрують та показують нам інформацію. Крім того, виявлення фейкових новин та критичне мислення можуть допомогти нам бути кращими споживачами інформації та ефективно використовувати соціальні мережі у нашому повсякденному житті.

Вплив соціальних мереж на суспільство

Соціальні мережі викликають суттєві зміни в способах, якими ми спілкуємося та взаємодіємо. Вони надають нам можливість швидко та легко обмінюватися інформацією, ідеями та думками. Люди можуть спілкуватися у режимі реального часу, незалежно від географічних обмежень, і знаходити спільну мову зі світом навколо них.

Роль соціальних мереж у політичних процесах та громадських рухах також важлива. Адже вони дозволяють політичним діячам та активістам зв’язуватися безпосередньо з виборцями та прибічниками, поширювати свої погляди та програми, організовувати акції та протести. Соціальні мережі стають платформою для обговорення політичних питань та формування громадської думки.

Сьогодні молодь є активним користувачем соціальних мереж, і вони мають значний вплив на їх спосіб сприйняття та взаємодії з іншими медіа. Соціальні мережі стають основним джерелом отримання новин та інформації для молоді, а також впливають на формування їхніх переконань і світогляду. Вони стають платформою для спільного обговорення та обміну думками, що сприяє активній участі молоді у громадських дебатах та соціальних рухах. Зокрема, соціальні мережі допомагають молоді голосно висловлювати свої проблеми та здобувати підтримку спільноти. Крім того, взаємодія з іншими медіа, такими як відео, музика, блоги та подкасти, через соціальні мережі дозволяє молоді розвивати свої творчі здібності.

Вплив соціальних мереж на суспільство стає все більш помітним і значущим. Вони перетворюються на спосіб, яким ми спілкуємося, отримуємо інформацію та впливаємо на суспільні процеси. Проте, важливо пам’ятати, що з великим впливом соціальних мереж приходять і відповідальність та виклики, які потребують уважного відношення до приватності, критичного мислення та здорового регулювання використання цих платформ.

Використання соцмереж у бізнесі

Соціальні мережі стали невід’ємною частиною бізнес-середовища і мають значний вплив на сучасну комерцію. Вони надають багато можливостей для підтримки та зростання бізнесу. Ось кілька аспектів, які показують важливість соціальних мереж у бізнесі:

- **Маркетинг та просування.**
  Соціальні мережі дозволяють компаніям будувати сильну присутність у цифровому просторі, просувати свої товари і послуги, залучати цільову аудиторію та підтримувати взаємодію з клієнтами. Можна створювати цікавий та змістовний контент, використовувати рекламні кампанії та впливових осіб для залучення уваги та збільшення свідомості про свій бренд.

- **Спілкування з клієнтами.**
  Соціальні мережі надають прямий канал зв’язку зі споживачами, де бізнес може відповідати на запитання, вирішувати проблеми та отримувати фідбек. Це дозволяє побудувати взаємодію з клієнтами, виявити їх потреби та пропозиції, а також збільшити рівень задоволеності та лояльності.

- **Дослідження ринку та аналітика.**
  Соціальні мережі можуть слугувати цінним джерелом інформації про цільову аудиторію, конкурентів та загальні тренди в галузі. За допомогою аналітичних інструментів, бізнес може отримувати дані про

ефективність своїх кампаній, вплив соціальних мереж на продажі та інші метрики, що дозволяють оптимізувати стратегію та приймати основні рішення.

- **Розвиток бренду та побудова репутації.**
  Соціальні мережі дозволяють брендам будувати свою унікальну ідентичність, розповідати свою історію та цінності, взаємодіяти зі споживачами та будувати спільноту навколо свого бренду. Це допомагає залучати нових клієнтів, зберігати існуючих та підвищувати розпізнаваність та довіру до бренду.

- **Рекрутинг та працевлаштування.**
  Соціальні мережі стали важливим інструментом у пошуку талановитих фахівців та просуванні вакансій. Компанії можуть використовувати соціальні мережі для презентації своєї культури, привертання потенційних працівників та встановлення першого контакту з кандидатами.

У майбутньому, компанії будуть все більше ставити акцент на персоналізований підхід до споживачів. Використання аналітичних інструментів та збору даних з соціальних мереж дозволить бізнесу краще розуміти свою цільову аудиторію та надавати індивідуально налаштовані пропозиції та обслуговування. Компанії також повинні активно використовувати відеоформати, включаючи живі трансляції, які дозволять залучати увагу аудиторії та створювати більш особистий контакт зі споживачами.

За допомогою алгоритмів машинного навчання та автоматизованих систем, компанії можуть персоналізувати контент, виявляти та реагувати на зміни в поведінці споживачів, а також ефективно керувати своєю присутністю в соціальних мережах.

З огляду на значну кількість даних, яку збирають соціальні мережі, важливо, щоб компанії використовували ці дані етично та з дотриманням приватності користувачів. Рекомендації та законодавство щодо захисту даних будуть ще більш розробленими, і бізнесам варто бути свідомими щодо цих змін і дотримуватися високих стандартів.

Надалі бізнес, який зможе адаптуватися до нових тенденцій, розуміти свою аудиторію та ефективно використовувати соціальні мережі, матиме перевагу в конкурентному середовищі і зможе швидше досягти успіху.

Перспективи розвитку соціальних мереж

Соцмережі можуть продовжувати змінюватися та розширювати свої можливості завдяки інтеграції з новими технологіями. Розширена реальність та віртуальна реальність можуть надати користувачам унікальний досвід спілкування та взаємодії у просторі, дозволяючи їм спілкуватися з іншими користувачами у новому форматі.

Соціальні мережі можуть зосередитися на поліпшенні своїх політик щодо збереження та обробки особистих даних користувачів. Розробка інструментів для налаштування приватності, розширення можливостей керування доступом до інформації та впровадження сучасних методів шифрування можуть зміцнити довіру до соціальних мереж і полегшити користувачам контроль над власними даними.

Соціальні мережі продовжуватимуть відігравати важливу роль у майбутньому суспільстві. Вони можуть стати потужним інструментом для підтримки спільнот, об’єднання людей з подібними інтересами. Соціальні мережі можуть стимулювати громадянську активність та служити платформою для обговорення проблем, спільного пошуку рішень та організації акцій з метою досягнення позитивних змін у суспільстві. Крім того, соціальні мережі можуть сприяти поширенню освіти, культури та

інновацій, забезпечуючи доступ до знань та можливість співпраці у глобальному масштабі.

Загалом, перспективи розвитку соціальних мереж є широкими та захоплюючими. Інтеграція з новими технологіями, забезпечення приватності та контролю над інформацією, а також розуміння ролі соціальних мереж у майбутньому суспільства відкривають нові можливості для змін та покращень у способі, яким ми спілкуємося, працюємо та впливаємо на світ навколо нас. Правильне використання соціальних мереж у майбутньому сприятиме побудові більш освіченого та прогресивного суспільства.

2.2.Віртуальні комунікації :переваги та загрози для міжособистісних відносин

У сучасному світі віртуальні комунікації стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Завдяки інтернету, соціальним мережам, месенджерам та відео зв’язку люди можуть легко спілкуватися незалежно від відстані. Однак такі комунікації мають як свої переваги, так і вплив на міжособистісні відносини. Переваги віртуальних комунікацій:

1. Доступність та зручність

- Можливість спілкування в будь-який час і з будь-якої точки світу.

- Великий вибір платформ для комунікації (Telegram, Zoom, Google Meet, WhatsApp тощо).

2.Економія часу та ресурсів

- Немає необхідності витрачати час на поїздки чи очікування зустрічей.

- Економія коштів на дорогу, проживання та інші витрати.

3.Розширення кола спілкування

- Дозволяє знайомитися з людьми з різних країн і культур.

- Легкість підтримки контактів навіть на великій відстані.

4.Можливість працювати та навчатися дистанційно

- Онлайн-освіта та віддалена робота стали реальністю.

- Вебінари, онлайн-курси та конференції дозволяють здобувати знання без фізичної присутності.

5.Архівування інформації

- Листування, голосові повідомлення та відеодзвінки можна зберігати й переглядати пізніше.

- Це допомагає краще запам'ятовувати важливу інформацію.

Вплив на міжособистісні відносини. Попри численні переваги, віртуальні комунікації можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на стосунки між людьми. Позитивний вплив:

- Підтримка зв’язку: люди можуть залишатися на зв’язку, навіть якщо перебувають далеко один від одного.

-Зниження бар’єрів спілкування: особливо для інтровертів, яким простіше висловлювати думки в текстовій або відеоформі.

-Розвиток нових форматів комунікації: онлайн-знайомства, віртуальні вечірки, спільна гра в онлайн-ігри можуть допомагати підтримувати емоційний зв’язок.

Негативний вплив:

- Дефіцит емоційного контакту: відсутність невербальних сигналів (жестів, міміки, тону голосу) може призводити до непорозумінь.

-Формування поверхневих зв’язків: деякі віртуальні знайомства можуть бути не дуже глибокими або швидко втрачати значущість.

- Заміщення реального спілкування: надмірна залежність від онлайн-спілкування може призвести до соціальної ізоляції в реальному житті.

-Ризик неправдивої інформації: у соцмережах люди можуть створювати хибне уявлення про себе, що ускладнює побудову довірливих стосунків.

Віртуальні комунікації значно полегшують життя, відкривають нові можливості для спілкування, роботи та навчання. Водночас вони можуть впливати на якість міжособистісних відносин, якщо не поєднувати їх із живим спілкуванням. Оптимальний варіант – використовувати цифрові технології як доповнення, а не заміну реальним контактам, щоб зберігати справжню глибину взаємин.



Рис.2.6 Зміна кількості підписників в соціальних мережах за три роки ведення

Зміна підписників залежить від зміни людей з якими ми спілкуємось на протязі життя ,зміна роботи ,дитина пішла в садочок ,школу, батьки, вчителі, викладачі. Також розвиток торгівлі в соцмережах, реклами і вебінарів які ми хочемо відвідати. Підвищення кваліфікації, зміна спеціальності.

З запровадженням інтернет технологій ми можемо вчитись дистанційно і отримувати освіту у всіх точках світу або країни.

2.3.Феномен онлайн – ідентичності та його вплив на реальні взаємини

З точки зору зручності в спілкуванні ми натикаємось на те що люди можуть не бути такими як на фото в соцмережах. Ідентичність показує нам яка людина насправді при спілкуванні в живу. Фото в соціальних мережах можуть показувати зворотною картину успіху, щастя і саморозвитку. З розвитком спілкування в соцмережах також з’являються і шахраї.

У контексті фундаментальних психологічних досліджень Інтернету [1, 4, 5, 6, 7, 16, 17] науковці звертаються до різноманітних його аспектів, але загалом виділяють два класи проблем:

1. Психологічні дослідження в Інтернеті;
2. Інтернет як (новий) об’єкт психологічних досліджень.

Перший клас проблем пов'язаний безпосередньо з аспектами психології особистості та соціальної психології. Тут існує ціла низка досліджень, зокрема:

- проблема мережевої ідентичності (віртуальна особистість, online персона);
- особливості мережевого спілкування;
- вивчення групової динаміки в Інтернеті;
- розвиток особистості в мережі Інтернету;
- патологічне використання Інтернету або феномен інтернетаддикції;
- вивчення Інтернету як поглинача часу;
- аналіз гендерних особливостей online поведінки;

- розробка етичних принципів використання Інтернету. [1, с. 262].

Феномен «мережевого спілкування» цікавий, насамперед, тим, що в Інтернеті практично редуковані невербальні компоненти (канали) комунікації, що породжує низку проблем. По-перше, постає питання, як можна (і чи можливо взагалі) зрозуміти емоції співрозмовника, особливо якщо йдеться про особисте, інтимне спілкування з близькою людиною. Намагання передати емоції за допомогою так званих «смайликів» не вирішують проблеми, оскільки останні є скоріше артефактами, ніж емоційними проявами емоцій. По-друге, виникає проблема оперативної передачі смислу, адже іноді просто незрозуміло, про що запитує твій віртуальний співрозмовник, або ж чому він затримується із відповіддю, що в свою чергу створює хибну атрибуцію.

Існує й інший аспект взаємозв'язку емоцій і мережевої комунікації. Певною мірою віртуальне спілкування більш продуктивне, аніж реальне, оскільки існує можливість відстроченої відповіді, певний часовий інтервал, за який можна встигнути зосередитись, ґрунтовно продумати відповідь. Адже в реальному спілкуванні ми зазвичай реагуємо ситуативно і не завжди обдумано. В цьому сенсі спілкування в мережі може бути більш привабливим, аніж реальне, насамперед через полегшення самопрезентації [7].

Щодо другої проблеми, то можна сказати, що мережа Інтернет приваблива для психологів, тому що має ряд переваг у порівнянні з традиційними способами проведення досліджень, а саме: економія часу, коштів, людських та інших ресурсів. Можливість набрати більшу кількість випробовуваних, що забезпечує і більшу точність статистичних висновків. Досліджувані в Інтернеті більш відверті, що знижує спотворення даних під впливом чинника соціальної бажаності. При опитуваннях з використанням електронної пошти виявлена менша потреба у схваленні, ніж у традиційних дослідженнях. При відповідях на відкриті питання по електронній пошті досліджувані дають більш детальну і розгорнуту інформацію [4].

Термін «соціальна мережа» був запроваджений в 1954 році соціологом з «Манчестерської школи» Джеймсом Барнсом. До того, багато мислителів про суспільство висловлювали думку про важливість розгляду суспільства як складного переплетення взаємин. Він розвинув запропонований ще в 30-і роки підхід до дослідження взаємозв'язків між людьми за допомогою соціограм, тобто візуальних діаграм, у яких окремі особи представлені у вигляді крапок, а зв'язки між ними - у вигляді ліній. На цьому підході заснована соціометрія - психологічний метод для з'ясування розподілу ролей у колективі. Сформувався комплекс соціологічних і математичних методів досліджень, які становлять науковий фундамент сучасного аналізу соціальних мереж [8].

Соціальна мережа в соціології - це соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (спільнота, соціальна група, людина, особа, індивід) [12].

Соціальна мережа (Інтернет) - інтерактивний багатокористувацький сайт, який являє собою автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом. Її учасники реальні і пов'язані один з одним тими чи іншими відносинами - від випадкових знайомств до тісних родинних і дружніх зв'язків. Коротко - це віртуальні клуби за інтересами [13,с.45].

Однією з форм віртуального спілкування є - соціальний сайт, що має певну структуру, спрямовану на представлення і підтримку стосунків з іншими користувачами Інтернету [10,с50].

Функції соціальних мереж:

- Створення індивідуальних профілів, в яких буде міститися певна інформація про користувача.
- Взаємодія користувачів (за допомогою перегляду профілів один одного, внутрішньої пошти, коментарів тощо)

- Можливість досягнення спільної мети шляхом кооперації (наприклад, метою соціальної мережі може бути пошук нових друзів, ведення групового блогу тощо).
- Обмін ресурсами (наприклад, посиланнями на сайти).
- Можливість задоволення потреб за рахунок накопичення ресурсів (наприклад, шляхом участі у соціальній мережі можна знаходити нових знайомих і тим самим задовольняти потребу в спілкуванні).

З психологічної точки зору соціальну мережу ми розглядаємо як особливий вид соціальної комунікації, спрямованої на взаємодію користувачів Інтернету, з метою задоволення потреб у спілкуванні, знайомств, передачі та сприйняття інформації в будь-який час, незважаючи на відстань.

Соціальна комунікація - це обмін між людьми або іншими соціальними суб’єктами цілісними знаковими повідомленнями, у яких відображені інформація, знання, ідеї, емоції тощо, обумовлений низкою соціально значущих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у конкретному суспільстві.

На думку Бурового В.А., привабливим як засіб "відходу" від реальності Інтернет робить:

По-перше, можливість анонімних соціальних інтеракцій (тут особливе значення має почуття безпеки при здійсненні інтеракцій, включаючи використання електронної пошти, чатів, ICQ і т.д.).

По-друге, можливість для реалізації уявлень, фантазій зі зворотним зв'язком (у тому числі можливість створювати нові образи "Я"; вербалізація уявлень і / або фантазій, не можливих для реалізації в звичайному світі, наприклад, рольові ігри в чатах).

По-третє, надзвичайно широка можливість пошуку нового співрозмовника, задовольняє практично будь-яких критеріїв (тут важливо зазначити, що немає необхідність утримувати увагу одного співрозмовника - тому що в будь-який момент можна знайти нового).

По-четверте, необмежений доступ до інформації ("інформаційний вампіризм") займає останнє місце в списку, тому що в основному небезпека стати Інтернет - залежним загрожує тим, хто шукає спілкування, а не інформацію [2, с. 128].

Найпривабливіша сторона Інтернету - це пошуки близького друга або коханої людини. Тому дуже популярні сайти і клуби знайомств. Недоліки Інтернету - це психологічна залежність, перевантажені або нецікаві сайти, неживе спілкування, постійна реклама при відкритті будь-яких сторінок, однакові реферати, недостатня кількість часу. А головною перевагою Інтернету називають великий обсяг інформації, в ньому можна знайти щось рідкісне. Все залежить від того, що людина чекає від Інтернету. І, не зважаючи на те, що існують особистісні відмінності в Інтернет-перевагах (у виборі форм комунікацій) у загальному, він настільки «злився з нашою свідомістю, що без нього ми вже не мислимо свого існування» [9, с. 107].

Як повідомляється в останньому дослідженні "InMind", проведеного для Інтернет Асоціації України (ІнАУ), на кінець 2024 року в Уанеті налічується 12,6 млн. регулярних користувачів у віці від 15 років і старше. Найбільш високий рівень відвідування Інтернету - серед молодих вікових груп: 59% користувачів Інтернету належить віковій категорії від 15 до 29 років і 36% – від 30 до 44 років. Кожен третій українець користується Інтернетом щомісячно, а кожен п'ятий - практично кожен день [11].

Користувач - особа або організація, яка використовує діючу систему для виконання конкретної функції.

Користувач, Відвідувач, User, Visitor - відвідувач веб-сайту чи іншого веб-ресурсу.

Нами була розроблена типологія користувачів соціальних сайтів, яка базується на проведеному опитані реальних користувачів соціальних мереж з урахуваннях особливостей та можливостей конкретних сайтів «Facebook» та «Instagram»:

1. Комунікатор - людина, якій подобається сам процес спілкування. В реальному житті їй його, з різних причин, не вистачає, тому вона знаходить спілкування ще й в Інтернеті. Соціальні сайти - це просто ще один спосіб контактування. В неї завжди багато он-лайн друзів, і не обов’язково це лише реальні знайомі та друзі, деяких з них вона може не знати в реальному житті. Її захоплюють нові знайомства. Вона з радістю розпочинає бесіду та відповідає на повідомлення.

2. «Розвідник» (збирач інформації) - це допитлива людина, яку цікавлять відомості про оточуючих її людей, навколишній світ і процесах що йдуть в ньому - будь то додаткова інформація про своїх близьких, друзів і знайомих або новини про майбутні культурні заходи. Вона більше читає ніж пише сама. Від нічого робити і цікавості відвідування розділів "Мої новини" і "Події у друзів" стає нормою. Їй кортить дізнатися, що там у інших відбувається в житті. Вона користується соціальними сайтами для пошуку потрібних людей та важливої для себе інформації.

3. Коментатор (оцінювач) - цій людині властиве часткове самовираження за рахунок власних коментарів. Їй важливо привселюдно висловити свою думку або ставлення до будь чого. Вона залишає коментарі під фотографіями, відеозаписами, статусами, в нотатках та групах. Незалежно від того, чи є на цих фотографіях або відеозаписах ця людина або її друзі – вона все одно залишить свій коментар, або оцінку.

4. Підглядач (спостерігач) - цих людей можна назвати візуалами, бо всю інформацію, яка їх цікавить вони отримують через роздивляння фотографій. Вони заходять на сторінки своїх друзів та незнайомих людей лише для того, щоб подивитись чужі фотографії. Навіть, якщо в цих зображеннях для них немає ніякого сенсу – вони все одно витрачають на це свій час. Ці люди за допомогою фотографій намагаються візуалізівати людей з якими спілкуються або які чимось привернули їхню увагу, дізнатися більше про їх особисте життя, їх оточення, звички.

5. Розповсюджувач – це практичний тип людей. Вони не втягнуті в павутину віртуального спілкування, а використовують її з користю для себе. Для них це додатковий спосіб розповсюдження інформації про заходи, події, акції. Вони реалізують через соцмережі різні громадські проекти. Реєструються на соціальних сайтах вони з метою рекламувати себе як професіоналів в спеціалізованих галузях (фотозйомка, візаж, перукарське мистецтво, консультаційні послуги тощо) та знаходити собі клієнтів.

Отже, особливості Інтернету дозволяють користувачеві експериментувати з власною ідентичністю, створюючи “віртуальні особистості”, що відрізняються і від персоналії користувача, і від його реальної самопрезентації. У складі мотиваційних причин створення “віртуальних особистостей” насамперед виділяються так звані “пошукові причини” - бажання випробувати новий досвід, що виступає як певна самостійна цінність. [14].

Аналіз результатів дослідження

У дослідженні брали участь 64 особи, з них 66% жінок (42 особи) та 34% чоловіків (22 особи) віком від 18 до 50 років. Всі вони є реальними користувачами соціальних сайтів «Facebook» та «Instagram»

Узагальнені дані експериментальної групи, отримані з тесту оцінки рівня комунікативності (тест В. Ф. Раховського) показали, що 62% досліджуваних (40 осіб) мають високі комунікативні якості – від 9 до 13 балів за шкалою теста. 22% респондентів (14 осіб) – є дуже комунікативними – від 4 до 8 балів за шкалою теста. Серед опитаних також є 14% (9 осіб) з нормальною комунікативністю та лише 2% (1 особа) з середнім рівнем комунікативності – від 14 до 18 балів та від 19 до 24 балів відповідно (Рис. 2.7).

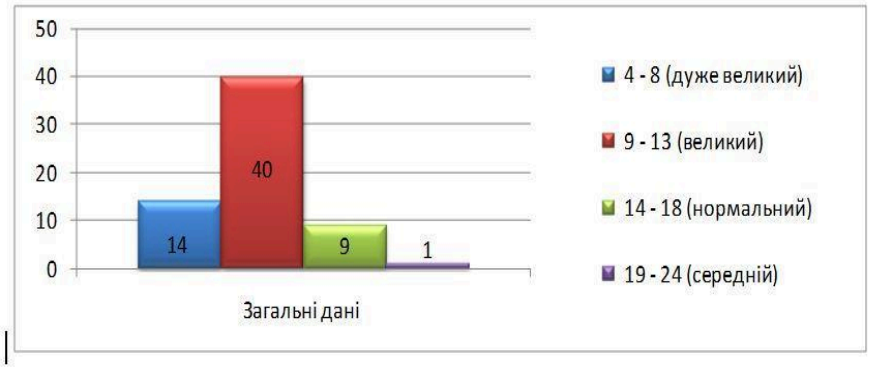


Рис.2.7 Рівень комунікативності

Відповіді на питання опитувальника „Методика самооцінки тривожності, ригідності і екстравертованості" (за Д. Моудслі) ми відобразили на Рис. 2.8. За цими даними можна сказати, що більша половина респондентів, а саме 61% (39 осіб) мають високий рівень тривожності. Середній рівень тривожності мають 39% опитуваних (25 осіб). Низький рівень тривожності за цією методикою не було виявлено в жодного з досліджуваних (Рис. 2.8). Середні значення рівня тривожності у всіх користувачів соціальних сайтів, які брали участь у дослідженні, становлять 47,9 балів, це означає, що вони належать до людей із підвищеним рівнем тривожності (від 46 балів і вище).

На підставі отриманих даних за шкалою ригідності можна помітити, що більшість користувачів соціальних сайтів мають середній рівень за цим показником, а саме 56% (36 осіб). Високий рівень ригідності був виявлений у 28% опитуваних (18 осіб), низький рівень у 16% (10 осіб) (Рис. 2.8). У користувачів соціальних мереж «Facebook» та «Instagram» середні показники за шкалою ригідності становлять 42,7 балів, тому їх можна віднести до людей із середнім рівнем цієї якості (від 31до 45 балів).

За шкалою екстравертованості чітко видно, що майже половина респондентів – 48% (31 особа) мають високий рівень за цією ознакою. Трохи менше – 38% (24 особи), мають середній рівень і 14% (9 осіб) – низький (Рис. 2.8)



Рис.2.8 Рівень тривожності користувачів соціальних мереж

Застосувавши методику діагностики рівня соціальної фрустрованості Л.І. Вассермана, ми отримали наступні дані : у 2% досліджуваних (1 особа) фрустрованість майже відсутня, у 45% (29 осіб) дуже низький рівень соціальної фрустрованості, у 33% (21 особа) – знижений рівень, у 15% (10 осіб) – невизначений, і 5% (3 особи) мають помірний рівень фрустрованості.

На наступному етапі роботи серед користувачів соціальних мереж був проведений 16-ти факторний особистісний опитувальник Кеттелла (форма С). Оскільки їм давалися виокремленні питання за 4-ма факторами (Фактор А,

Фактор H, Фактор O, Фактор Q4) їх зміст був однотипним, що викликало певне обурення з боку респондентів, але на результатах відповідей це не позначилось. Результати вийшли досить цікавими. Дані, які представлені на Рис. 2.9 говорять нам про те, що більшість респондентів мають високі значення за Факторами А і Н – 33 особи (52 %) та 38 осіб (59%) відповідно. Середні дані мають 15 осіб (23%) – Фактор А та 22 особи (35%) – Фактор Н. Серед учасників дослідження таких людей, які набрали низькі дані лише близько 16% (16 осіб – Фактор А та 4 особи – Фактор Н). Результати по факторам О і Q4 виявили, що користувачам соціальних сайтів притаманні низькі та середні значення. Більше половини респондентів 33 особи (52 %) набрали низькі бали. 38 осіб (59%) показали середні значення.



Рис.2.9.Результати рівня тривожності за Кеетела

Використавши опитувальник Міні-мульт ми мали змогу отримати результати, що свідчать про відсутність наявних застійних особистісних розладів у користувачів соціальних сайтів «Facebook» та «Instagram», за винятком окремих ситуативних показників. На Рис. 2.10 представлені отримані дані. Згідно з ними, ми можемо сказати, що за всіма шкалами у респондентів переважають середні та низькі значення. Спираючись на середні результати за першою шкалою можна сказати, що майже всі з опитаних нами користувачів соціальних мереж – 94% (60 осіб), є активними,

але все ж таки іноді можуть проявляти пасивність, наприклад, у випадках соціального конфлікту, або тиску влади.

Аналізуючи другу шкалу, виявлено, що 47% (30 осіб) досліджувані впевнені у собі, не схильні до боязні, сором'язливості та постійних тривог. За цією ж шкалою 51% (33 особи) мають середні показники, що також свідчить про відсутність наявних застійних особистісних розладів.

За даними третьої шкали – 40% низьких значень (26 осіб) та 57% середніх (36 осіб), можна побачити, що опитувані – мають адекватну самооцінку, вони знають собі ціну.

Четверта шкала характеризує учасників дослідження, як людей не агресивних, не конфліктних, та не образливих – 61% низьких значень (39 осіб).

За низькими результатами шостої шкали – користувачі соціальних мереж є багатобічно розвиненими, зважають на думки оточуючих, завжди раді їх вислухати, та зрозуміти, та при потребі виразити власну думку.

Як ми бачимо, показники за сьомою шкалою підтвердили, що більшість наших респондентів – 91% (58 осіб) мають середню тривожність, іноді можуть знаходитись під впливом сумнівів та бути нерішучими.

Восьма шкала показала, що 82% (53 особи) респондентів мають здатність тонко відчувати і сприймати абстрактні образи та щиро виражати свої емоції. У міжособистісних стосунках вони привітні та люб'язні. Але іноді, в окремих ситуаціях, можуть бути емоційно холодними і відчужені в стосунках з оточуючими.

За результатами дев'ятої шкали для осіб, що брали участь у дослідженні, характерна зміна їхнього настрою залежно від обставин. Ці люди володіють доброю витримкою, але в деяких ситуаціях їм не вистачає наполегливості.

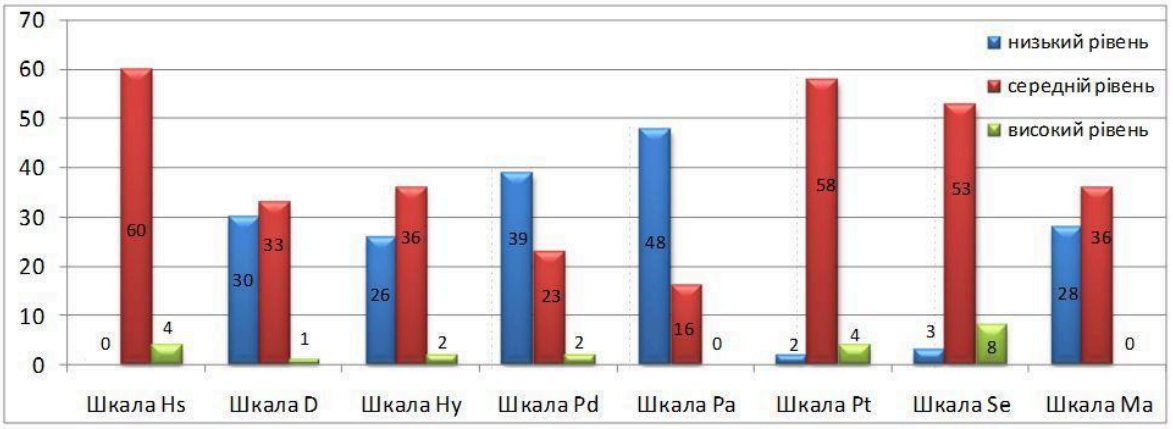


Рис.2.10 Результати показників за шкалою міні-мульта

На нашу думку, скласти загальне враження про користувачів соціальних мереж «Facebook» та «Instagram» можна, якщо доповнити отримані результати за іншими методиками та анкетними даними. Серед респондентів були студенти, домогосподарки та представники різних професій (психологи, продавці, комерційні та страхові агенти, менеджери, дизайнери, системні адміністратори, монтажники, фінансисти, письменник, організатор свят, тренер, державний службовець, програміст, юрист, економіст, танцівниця, маклер та декоратор). З них 89% (57 осіб) зареєстровані на сайті «Facebook» та 55% (35 осіб) ««Instagram»», тобто деякі з опитуваних зареєстровані в цих 2-х мережах одночасно. Крім цих сайтів досліджувані зазначили, що вони також зареєстровані в таких соціальних мережах “YouTube”,”TikTok”,”Telegram”

Серед усіх опитуваних 69% (44 особи) відвідають ці сайти щодня і проводять на них близько 2-5 годин протягом дня (53% - 34 особи).

З 64 осіб, що брали участь у дослідженні, лише 3 людини крім комп’ютера заходить на соціальні сайти ще й зі свого мобільного телефону.

Цікаво відмітити, що 18% досліджуваних (11 осіб) стверджують, що після того, як вони зареєструвалися на соціальному сайті, їхнє життя

змінилося на краще. Та лише 3% (2 особи), що воно погіршилося. 52% (33 особи) впевнені, що їхнє життя не змінилося взагалі, а 27% (17 особам) важко сказати.

Що стосується знайомств в Інтернеті, то до них позитивно ставляться лише 39% опитаних користувачів (25 осіб).

44 респондента з опитаних (69%) на питання «Якщо у Вас немає можливості зайти на Вашу сторінку в соціальній мережі (немає Інтернету, або ви у відпустці тощо) Вас це бентежить?» відповіли негативно.

Серед тих, хто спілкується за допомогою соціальних сайтів, лише 28% (18 осіб) викладають на своєму профайлі (сторінці в соціальній мережі) максимум особистої інформації, основна частина – 44 людини (69%) викладають мінімум інформації. Достовірність цієї інформації у багатьох (69%) є 100 відсотковою.

47 респондентів (73%) впевнені, що при необхідності можуть легко видалити свою сторінку з соціального сайту.

Щодо спілкування з віртуальними друзями в реальному житті 42% (27 респондентів) підтримують стосунки з більшою половиною, 39% (25 особи) лише з деякими.

Серед переваг у спілкуванні в мережі Інтернет опитувані відзначають: доступність, оперативність, інформаційність, анонімність, зручність у користуванні, економічність часу та можливість користуватися в будь який момент, дешево, можна знайти потрібних людей, можна спілкуватися з тими хто територіально далеко знаходиться та при цьому вести переписку з кількома людьми одночасно тощо.

Серед недоліків вони виокремили: недостовірність інформації, відсутність візуального та емоційного контактів, штучність, поверховість та неповноцінність спілкування, помилкове ставлення до людей, анонімність, залежність, спам, віруси.

Альтернативою спілкуванню у соціальних мережах респонденти бачать: міжособистісне спілкування в реальному житті, вечірки, тренінги, телефон домашній та мобільний, SMS – повідомлення, skype, QIP, електронна пошта, Укрпошта.

На запитання «Якщо б Вам вдалося щось змінити у своєму житті, що саме б Ви змінили?» найчастіше траплялися такі відповіді: роботу, освіту, країну, більше б подорожували, минулі події.

Загалом, 38 респондентів (59%) у більшій мірі задоволені своїм життям, 18 учасників (29%) повністю задоволені своїм життям та лише 8 (12%) у більшій мірі не задоволені власним життям.

Отже, за допомогою методик, спрямованих на виявлення рівня комунікативності, тривожності, ригідності, фрустрованості, напруження, соціальної активності та найбільш поширених ситуативних або застійних особистісних розладів, обумовлених екстремальними умовами життєдіяльності, ми виявили відповідні особливості користувачів соціальних сайтів. Спираючись на ці результати та інформацію, яку ми отримали за допомогою анкетування, можна скласти профільний психологічний портрет типового користувача соціальних сайтів «Facebook» та «Instagram» у віковому діапазоні від 18 до 50 років.

Свої висновки ми робили, спираючись на відповіді постійних користувачів соціальних сайтів «Facebook» та «Instagram». Під «постійними користувачами» ми маємо на увазі респондентів, які відвідують ці сайти щодня і проводять там, в середньому від 2 до 5 годин. Можна припустити, що залежністю більшість з них не страждають. До такого висновку ми дійшли, спираючись на твердження випробовуваних про те, що: при необхідності вони зможуть видалити свою сторінку з електромережі; їх стан спокійний, якщо вони не мають можливості потрапити на свій профайл, а також вони не заходять туди з мобільних телефонів, а використовують виключно комп'ютер, коли є можливість. Після реєстрації в соціальній мережі, на думку самих

користувачів, їх життя не змінюється, але в деяких випадках відбуваються трансформації в кращу сторону.

Загалом можна сказати, що опитані користувачі соціальних сайтів є екстравертованими реалістами, соціально сміливими особистостями, які формуються у спілкуванні, і в ньому реалізують свою активність зі стійкими поглядами на життя та особистими принципами. У реальності вони життєрадісні, вельми товариські, легкі у встановленні безпосередніх міжособистісних контактів, не обмежують коло своїх знайомств. Не зважаючи на на притаманну їм ригідність, вони спонтанні і живі в емоційній сфері. Для них характерно розлютитися, але потім дуже швидко відійти. Також їм властива емпатійність, тобто почуття жалю та співпереживання. Вони намагаються об'єктивно сприймати те, що відбувається та оточуючих людей. Такі люди люблять бувати в центрі уваги і приймати соціальне схвалення, тому можна припустити, що вони мають схильність до демонстративності. Але, в той же час, можна з великою часткою ймовірності говорити про відсутність у досліджуваних прагнення здаватися значніше, ніж вони є насправді. Також їм не притаманні одностороння агресія, злопам'ятність, і насадження своїх поглядів оточуючим.

У міжособистісних контактах у них виявляється азартне відчуття суперництва, змагальності, прагнення до відстоювання престижної ролі в референтній групі. Висока емоційна захопленість домінуючою ідеєю. Здатність "заражати" своєї захопленістю інших і виражена схильність до планомірності дій є фундаментом для формування лідерських рис, особливо при гарному інтелекті та високому професіоналізмі. Відрізняються високою моральною вимогливістю, як до себе, так і до інших. Ці особистості по відношенню до соціуму, не нехтують соціальними нормами, це підтверджує те, що вони не є дезадаптірованимі.

Виходячи з анкетних даних, ці люди вважають за краще ту діяльність, яка має соціальне значення, і яка пов'язана з іншими людьми. Вони вміють

планувати свою роботу і не бояться критики. Також присутня схильність до об'єктивності, точності й ригідності в діяльності й особистих установках. До зміни обстановки вони довго звикають. Тому рідко змінюють професію або роботу за власним бажанням. Вони володіють підвищеним почуттям обов'язку, відповідальності і старанності, тому їх цінують як співробітників. Вони дуже рідко викладають вголос нові та нестандартні рішення якої-небудь проблеми, так як стиль їхнього мислення більшою мірою інертний та догматичний з опорою на існуючі загальноприйняті точки зору. Але, тим не менш, вони здатні генерувати цікаві ідеї, які згодом можуть мати успіх. Винахідливість і раціональність складу розуму поєднується з його недостатньою гнучкістю і труднощами перемикання при ситуаціях, що раптово змінюються. Особам цього кола імпонує точність і конкретність, їх дратує аморфність, невизначеність поставлених цілей, недбалість і неакуратність оточуючих людей.

Здатність приймати самостійні рішення, впливають на збереження впевненості в собі, і сприяють відстоюванню своєї позиції при спілкуванні з авторитетними людьми. Висока самооцінка, впевненість у собі, задоволеність своїми досягненнями допомагають долати реально виникаючі перешкоди. Терпимо ставляться до критичних зауважень на свою адресу. Але конфліктних ситуаціях переважно схильні звинувачувати інших.

За результатами тестування ми можемо зробити висновок, що користувачі соціальних сайтів дуже відповідальні в реальному житті, через що схильні до реактивних або ситуативних тривог. Цей стан може виникати як емоційна реакція на стресову ситуацію у вигляді напруги, неспокою, стурбованості, нервозності і може бути різним по інтенсивності і динамічності в часі. Вони можуть відчувати тривогу, неспокій у незвичних для себе ситуаціях. Тоді, коли обстановка знайома і передбачувана, відчуття тривоги слабшає або не виникає взагалі. Так що до астеноневротичного типу особистості користувачів соціальних сайтів віднести не можна. Певний

рівень тривожності - природна й обов'язкова особливість активної діяльної особистості. У кожної людини існує свій оптимальний, або бажаний, рівень тривожності - це так звана корисна тривожність. Стан тривожності не є іманентною особливістю, властивою визначеному темпераменту. Він з'являється лише при визначених порушеннях у системі мотивів і відносин особистості.

Водночас, рівень загальної тривожності у них низький і до депресивного типу особистості вони не належать. Провідними рисами їх особистості є самовпевненість, упевненість у собі і в своїх силах, уміння зберігати спокій, не фрустрованість. Це може свідчити про те, що в більшості випадків вони досягають поставлених цілей, задоволені досягненнями і своїм становищем у соціально заданих ієрархіях, які вони зуміли зайняти в суспільстві на даний момент свого життя.

Якщо окремо розглянути аспект комунікабельності, то можна сказати, що в цих людях часто поєднуються дві протилежних якості: добродушна наївність і недовірливість. Тобто зовнішня видимість їхнього спілкування з новими людьми показує, що вони відкриті і природні в спілкуванні, легко і невимушено йдуть на контакт, уважні до людей, вміють пристосовуватись. Але для себе вони роблять детальний аналіз кожної дрібниці, властивої новому знайомому: що той говорить, як, які пози він приймає, які використовує жести, як одягнений і т.д. Добре запам'ятовує події, прізвища, імена і по батькові. Ці люди критично сприймають навколишню реальність.

Що стосується віртуального спілкування, то можна констатувати, що через властиву їм соціальну ригідність, вони зазвичай не створюють нові віртуальні особистості. Ці люди не є скритними, але в той же час вважають за краще виставляти на загальне бачення мінімум інформації про себе. Тому можна припустити, що в якості аватара в них іноді можна побачити, якусь картинку замість їхньої особистої фотографії. Хоча так само часто можна зустріти повністю заповнені анкетні дані на сторінці соціального сайту

користувача. Від 70 до 100% цих відомостей зазвичай правдиві. При цьому, можна сказати, що вони прагнуть до комунікацій, взаємин з людьми не уникають, але власна активність у встановленні та збереженні контактів невисока. Інтернет знайомства їх переважно не цікавлять, але якщо звернути увагу на гендерні відмінності, то тут чітко проглядається негативне ставлення до такого роду знайомств у користувачів жіночої статі і позитивне - у чоловічої. Саме чоловіки найчастіше виявляють явний інтерес до іншої статі та першими роблять спробу зав'язати спілкування. У нашій вибірці кількість опитаних жінок майже в 2 рази перевищує кількість опитаних чоловіків, що обґрунтовує спільний вибір. За власною ініціативою користувачі рідко вступають в контакт з незнайомими і малознайомими людьми. Ініціаторами спілкування стають у тому випадку, якщо зачіпаються їхні інтереси чи проблема вирішується тільки через спілкування. Соціальне коло міжособистісного спілкування велике, але нерідко взаємини поверхневі і нетривалі. У тісному спілкуванні вони вибагливі; мають певне коло друзів і знайомих, які близькі за інтересами та ціннісними орієнтаціями, з якими вони відчувають себе комфортно і віддаються спілкуванню на всі 100%.

У цілому можна припустити, що комунікації в Інтернеті в більшості випадків є продовженням спілкування в реальному житті. Для користувачів соціальних сайтів таке спілкування на відстані є альтернативою телефонній бесіді, оскільки воно дозволяє обмінюватися візуальною інформацією, спілкуватися з декількома людьми одночасно, не залежати від часу обох сторін комунікації, а також швидко та економічно підтримувати зв'язок з тими, хто живе за кордоном.

За твердженням самих користувачів соціальних мереж, вони більшою мірою задоволені своїм життям. Є ті, хто задоволений повністю своїм життям і ті, хто більшою мірою не задоволений, але як показали дані дослідження, в основному так вважають користувачі чоловічої статі від 24 до 30 років, що цілком пояснюється віковими особливостями - переоцінкою цінностей, що

тягнуть за собою самоаналіз і критичний перегляд власної особистості. При цьому багато хто хотів би, щось у своєму житті змінити - минулі помилки, деякі риси свого характеру, особисте життя, країну проживання, освіту, кількість подорожей, роботу, соціальний статус. Але в силу властивої їм ригідності, більшість з них нічого не роблять, щоб щось міняти з вищезгаданого списку.

Висновки до розділу 2

Теоретичний аналіз та емпіричне дослідження психологічних особливостей користувачів соціальних сайтів дали можливість зробити наступні висновки. Однією з форм віртуального спілкування є - соціальний сайт, що має певну структуру, спрямовану на представлення і підтримку стосунків з іншими користувачами Інтернету. Соціальні мережі міцно ввійшли до списку пріоритетних сайтів, які найчастіше відвідують сучасні люди, що звикають до соціалізації он-лайн. Це обґрунтовується тим, що на сьогодні це звичайний інструмент для знайомства, спілкування, обміну досвідом та інформацією з різних питань, пошуку людей тощо. Особливість спілкування в мережі Інтернет полягає в тому, що воно розширює можливості користувачів мережі, - це здатність "бути в один і той же час у різних місцях", тобто Інтернету не властива єдність простору і часу, як це характерно для реального життя, адже можна, сидячи за своїм комп’ютером, спілкуватися з людьми з інших країн, інших часових поясів. Також, віртуальний простір забезпечує ілюзорну свободу, пов’язану із зниженням психологічного і соціального ризику в процесі спілкування, відсутністю зовнішньої невербальної оцінки, що часто заважає спілкуванню в реальному житті. В опрацьованій нами літературі автори виділяють наступні теми, які вивчаються дослідниками Інтернету: проблема мережевої ідентичності (віртуальна особистість, online персона); особливості мережевого спілкування; вивчення групової динаміки в Інтернеті; розвиток особистості в мережі Інтернету; патологічне використання Інтернету або феномен

інтернетаддикції; вивчення Інтернету як поглинача часу; аналіз гендерних особливостей online поведінки; розробка етичних принципів використання Інтернету; перспективи проведення психологічних досліджень (включаючи тестування) та консультативну психотерапевтичну роботу за допомогою Інтернету; закономірності формування та характеристики функціонування віртуальних спільнот; характеристики ігрової поведінки в ході індивідуальних і групових (у тому числі рольових) ігор та ступінь відповідності цих характеристик психологічним особливостям ігрової поведінки дітей, підлітків і дорослих; перспективи перенесення в реальну діяльність набутих у віртуальної реальності навичок і вмінь. Психологічні особливості типового користувача соціальних сайтів досліджувалися на нашій вибірці, що складалась із 64 осіб (з них 66% жінок (42 особи) та 34% чоловіків (22 особи) віком від 18 до 50 років, які є реальними сучасними користувачами вищевказаних соціальних мереж. Загалом йому властиві такі характеристики, як екстравертованість, високий рівень комунікативності з добре знайомими людьми, соціальна сміливість та впевненість у собі, низький рівень фрустрованості, відсутність депресивних та тривожних розладів, але схильність до ситуативного напруження та тривожності в незнайомих ситуаціях через наявність певної ригідності. Тому ми припускаємо, що відвідування соціальних мереж обумовлено тим, що віртуальне спілкування в соціальних мережах до певної міри є продовженням реального спілкування, тобто воно дає більше можливостей: спілкуватися з тими хто територіально далеко, спілкуватися частіше незалежно від часу обох сторін, та, при необхідості, заводити нові контакти. Також вихід у віртуальний світ може допомагати знімати напругу, оскільки тут людина звільняється від обов’язків і може почувати себе вільною. У ході вивчення літератури та проведення дослідження, ми побачили величезну кількість перспектив щодо подальшої роботи: дослідження демонстративності в користувачів соціальних сайтів; вивчення трансформації психологічних якостей у користувачів соціальних мереж від реєстрації на соціальному сайті

до етапу постійного користувача; більш детальне вивчення гендерних та вікових відмінностей психологічних особливостей користувачів соціальних мереж; розширення аналізу психологічних особливостей користувачів соціальних мереж, окремо досліджуючи користувачів «Facebook» та «Instagram» з подальшим розробленням їх типологізаці. Також зазначимо, що працюючи над нашою темою ми зробили висновок про високу значущість та безперечну важливість подальшої роботи над цією темою.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МІЖОСОБИСТІСНІ ВІДНОСИНИ

3.1. Удосконалення аналізу впливу IT на комунікацію

Це можна зробити через розширення теоретичної бази. Вивчити рівень моделі комунікації та інформаційних технологій (наприклад, модель Шеннона-Вівера, медіа-екологія Маклюена). Досліджуйте сучасні підходи до цифрової комунікації, включаючи теорію соціальних мереж, когнітивну психологію користувачів технологій та кіберетикет.

Використання різних методів дослідження дадуть змогу провести аналіз даних соціальних мереж, опитування, статистика використання месенджерів, email, відео зв’язку тощо. Дуже важливу роль в комунікації грає співпадіння перегляду однакового контенту, контент-аналіз комунікаційних платформ, інтерв’ю з користувачами, тематичний аналіз кейсів впливу IT на бізнес-комунікацію.

Зосередження на конкретних аспектах впливу. Зміна характеру міжособистісної комунікації** (зниження невербальних сигналів, ефект

"екранного бар’єру"). Вплив на ефективність комунікації в бізнесі (онлайн-зустрічі, віддалена робота, цифрова культура). Роль ІТ у масовій комунікації (фейки, маніпуляції, соціальні бульбашки). Соціальні аспекти (залежність від гаджетів, кібербулінг, формування цифрової ідентичності).

Залучення актуальних кейсів та трендів.

-Аналіз впливу штучного інтелекту (наприклад, чат-ботів у підтримці клієнтів).

- Вивчення тенденцій у використанні віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) для комунікації.

- Дослідження змін у діловому спілкуванні після COVID-19 та розвитку гібридних форматів роботи.

Застосування міждисциплінарного підходу:

- Поєднання даних із соціології, психології, інформаційних технологій та медіадосліджень.

- Використання інструментів аналізу великих даних для розуміння цифрових комунікаційних процесів.

3.2. Удосконалення налізу кейсів використання інформаційних технологій у міжособистісних відносинах

Щоб удосконалити аналіз кейсів використання інформаційних технологій у міжособистісних відносинах, варто зосередитися на кількох ключових аспектах. Таких як використання структурованої методології .Застосування чіткої схеми аналізу допоможе глибше зрозуміти вплив ІТ на міжособистісні відносини. Наприклад, можна використовувати таку структуру для аналізу кейсу:

-Контекст: середовище (соціальні мережі, месенджери, відеозв’язок, онлайн-знайомства тощо).

- Технологічний аспект: які саме ІТ-засоби використовуються (алгоритми, шифрування, штучний інтелект).

-Вплив на комунікацію: позитивні (зближення, полегшення зв’язку) та негативні (непорозуміння, відсутність невербальних сигналів) ефекти.

-Довготривалі наслідки: як змінюються відносини після тривалого використання технологій.

Щоб аналіз був глибшим, варто класифікувати кейси за різними категоріями:

- Романтичні стосунки: онлайн-знайомства, підтримка відносин на відстані, вплив соціальних мереж на довіру у стосунках.

- Дружба: як цифрова комунікація підтримує або руйнує дружні зв’язки.

-Сімейні відносини: використання технологій для підтримки зв’язку поколінь, проблеми дистанційного спілкування.

-Професійні зв’язки: як ІТ змінює нетворкінг, спілкування колег та керівників.

Для підсилення аналізу варто включати:

- Опитування та статистику (напр., скільки людей відчувають емоційне вигорання через постійні онлайн-чати).

- Контент-аналіз повідомлень (вивчення стилю онлайн-спілкування та його впливу на якість комунікації).

- Нейропсихологічні дослідження (як цифрові взаємодії впливають на довіру та емпатію).

Сучасні зміни у цифровій комунікації можуть радикально змінювати міжособистісні відносини. Наприклад:

- Штучний інтелект у спілкуванні (віртуальні друзі, чат-боти для емоційної підтримки).

-Віртуальна реальність та метавсесвіт (як VR впливає на відчуття присутності у стосунках).

- Цифрова безпека та конфіденційність (вплив витоку персональних даних на довіру у відносинах).

Щоб зробити висновки більш надійними, корисно порівнювати:

- Онлайн- та офлайн-спілкування у різних ситуаціях.

- Вплив технологій на стосунки у різних культурах та вікових групах.

- Досвід минулих поколінь без IT у порівнянні із сучасною цифровою ерою.

3.3. Рекомендації щодо ефективного використання інформаційних технологій у комунікації

Інформаційні технології значно покращили комунікацію, але їх неправильне використання може призвести до непорозумінь, стресу та втрати якості взаємодії. Ось ключові рекомендації для ефективного використання IT у спілкуванні:

1. Вибір оптимального каналу комунікації:

- Використовуйте месенджери (Telegram, WhatsApp) для швидких і неформальних повідомлень.

- Email підходить для офіційного листування та детальної інформації.

-Відеозв’язок (Zoom, Google Meet) – для важливих переговорів, де невербальна комунікація має значення.

-Соціальні мережі можуть бути ефективними для спілкування з великою аудиторією (наприклад, корпоративні оголошення).

Звичайно важливу роль відіграє якість спілкування як ділова характиристика співрозмовника навіть онлай:

- Формулюйте думки коротко і зрозуміло, уникаючи багатозначності.

- Використовуйте структуровані повідомлення (наприклад, списки, абзаци) для зручного сприйняття.

- Дотримуйтесь етикету електронної пошти (чітка тема, привітання, основна частина, підпис).

Уникати емоційного перенавантаження це може призвести до постійної тривожності особливо коли ви спілкуєтесь у багатьох чатах і у вас є безліч не прочитаних повідомлень. Деякі керівники не розуміючи цього перенавантаження не можуть чітко поставити завдання і конкретно виставити терміни їх виконання тоді людина яка має це виконувати стає перенавантажена не може зосередитись на якомусь одному питанні. Особливо коли в один день можуть бути і відеоконференції. Як з цим можливо справлятись:

- Фільтруйте нотифікації – вимикайте непотрібні повідомлення, щоб уникнути відволікань.

- Використовуйте асинхронну комунікацію (не очікуйте миттєвої відповіді, особливо в професійному спілкуванні).

- Обмежуйте кількість каналів комунікації, щоб уникнути дублювання інформації.

Також потрібно звернути увагу на безпеку та конфіденційність:

- Використовуйте двох факторну автентифікацію та складні паролі.

- Будьте обережні з відкриттям посилань і вкладень у повідомленнях від незнайомців.

- Враховуйте цифровий слід – все, що публікується або надсилається, може бути збережено або передане іншим.

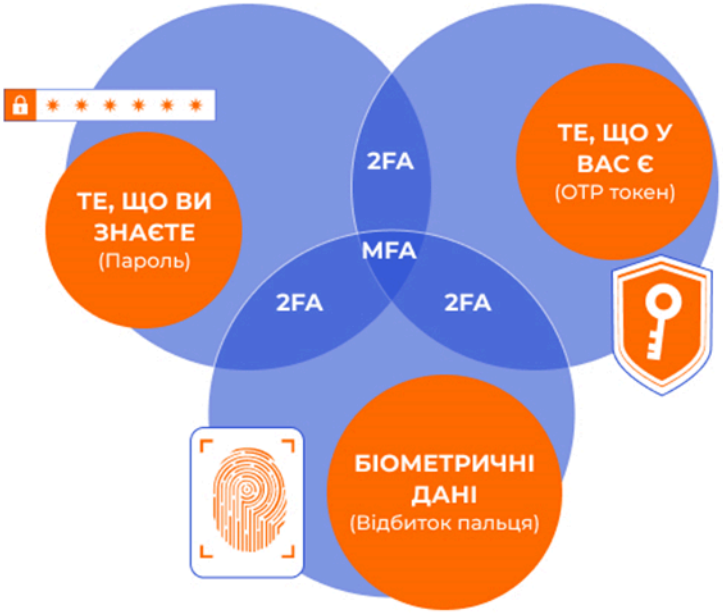


Рис 3.1. Приклад захисту біометричний



Рис.3.2. Приклад правильного підходу до захисту інформації

Використання технологій для покращення комунікації не завжди покращує нам роботу але без них ніяк, як можна зменшити навантаження:

-Штучний інтелект: автоматичне створення звітів, аналіз настрою комунікації, персоналізовані відповіді.

-Автоматизація: використання чат-ботів для відповіді на стандартні питання.

- Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) у діловій комунікації для покращення взаємодії.

Особливо для ефективного функціонування потрібен баланс між онлайн- та офлайн-спілкуванням:

- Не замінюйте особисте спілкування технологіями, коли це не є необхідним.

- Плануйте"цифрові детокси", щоб уникнути вигорання від надмірного використання ІТ.

Висновки до розділу 3 .Ефективне використання інформаційних технологій у комунікації передбачає грамотний вибір каналів, безпеку та врахування людського фактору. Дотримання цих принципів допоможе зберегти якість взаємодії та уникнути типових проблем. Таким чином, інформаційні технології сьогодні набули глобального характеру, що створює неможливість як їх регулювання на національному рівні, так і безпомилкового виявлення джерел загроз. Глобальний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій породив нові інформаційні відносини та організаційні форми в економіці й виробництві, ставши новим джерелом продуктивності праці й активізував процеси формування сучасної глобальної економіки [5, с. 242]. Стрімкі темпи розвитку інформаційного суспільства неминуче ведуть до створення єдиного світового інформаційного суспільства в якому будуть акумульовані всі засоби збору, накопичення, обробки та обміну інформацією між суспільством та державами.

ВИСНОВКИ

Цифровізація призводить до трансформації економічних структур, створюючи нові види бізнесу та робочі міс ця. Разом з тим, деякі традиційні галузі стикаються з проблемами, пов'язаними з автоматизацією та заміщенням праці штучним інтелектом. Цифрові технології змінюють спосіб

комунікації та взаємодії між людьми, що має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, вони сприяють глобалізації та полегшують доступ до інформації, з іншого – можуть призводити до проблем із конфіденційністю та погіршенням соціальних зв'язків. Також цифрові технології допомагають підприємствам вдосконалювати процеси виробництва та постачання, зменшуючи витрати та підвищуючи продуктивність. Впровадження процесу автоматизації, інтернету речей та аналізу даних дозволить оптимізувати робочі процеси та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Зростання обсягів даних та цифрових систем викликає занепокоєння щодо безпеки та конфіденційності. Кібератаки, витоки даних та зловживання інформацією стають серйозними проблемами, що вимагають відповідних заходів захисту на підприємстві. Незважаючи на виклики, цифрові технології мають значний потенціал для інновацій у різних галузях, включаючи охорону здоров'я, освіту, фінанси та багато інших. Це створює можливості для сталого економічного зростання та соціального прогресу. Усе це створює сприятливе середовище для підприємницької активності та розвитку. З ефективним використанням цифрових технологій підприємства можуть підвищити конкурентну перевагу, залучити більше клієнтів та забезпечити стійке зростання у динамічному сучасному ринковому середовищі.

Використання технологій для покращення комунікації не завжди покращує нам роботу але без них ніяк, як можна зменшити навантаження:

-Штучний інтелект: автоматичне створення звітів, аналіз настрою комунікації, персоналізовані відповіді.

-Автоматизація: використання чат-ботів для відповіді на стандартні питання.

- Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) у діловій комунікації для покращення взаємодії.

Особливо для ефективного функціонування потрібен баланс між онлайн- та офлайн-спілкуванням:

- Не замінюйте особисте спілкування технологіями, коли це не є необхідним.

- Плануйте"цифрові детокси", щоб уникнути вигорання від надмірного використання ІТ.

Ефективне використання інформаційних технологій у комунікації передбачає грамотний вибір каналів, безпеку та врахування людського фактору. Дотримання цих принципів допоможе зберегти якість взаємодії та уникнути типових проблем.

Сучасні зміни у цифровій комунікації можуть радикально змінювати міжособистісні відносини. Наприклад:

- Штучний інтелект у спілкуванні (віртуальні друзі, чат-боти для емоційної підтримки).

-Віртуальна реальність та метавсесвіт (як VR впливає на відчуття присутності у стосунках).

- Цифрова безпека та конфіденційність (вплив витоку персональних даних на довіру у відносинах).

Щоб зробити висновки більш надійними, корисно порівнювати:

- Онлайн- та офлайн-спілкування у різних ситуаціях.

- Вплив технологій на стосунки у різних культурах та вікових групах.

- Досвід минулих поколінь без ІТ у порівнянні із сучасною цифровою ерою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1.Закони України "Про інформацію", "Про доступ до публічної інформації" : чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 25 травня 2019

року : (офіційний текст) / [відп. за вип. А. В. Паливода]. - Київ : Паливода А. В., 2019. - 31,

2.Конституція України : чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 12 березня 2015 року : (офіційний текст) / [відп. за вип. А. В. Паливода]. - Київ : Паливода А. В., 2015. - 61

3.Господарський кодекс України / Відомості Верховної Ради України, - 2018. № 18-22.

4.Конституція України: К.: Україна. - 1996.

5.Закон України «Про господарські товариства» від 12.05.1993 / Урядовий кур'єр. - № 85. - 2015.

6.Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1992 / Урядовий кур'єр. - № 32. - 2019.

7.Витрати на виробництво. облікова політика / Бухгалтерія.(стандарт) – 2019. - №22/1. – ст.53.

8.Класифікація витрат за статтями калькуляції / Бухгалтерія.(стандарт) – 2019. - №22/1. – ст.47.

9.Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ Н.М. Бондар, В.О. Воротін, О.С. Гаєвський, за заг. ред. А.В. Калини - Міжрегіональна академія управління персоналом - Київ: МАУП, 2019. - 350с.

10.Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник / Н.М.Бондар - 2-ге вид. – Київ: А.С.К., 2019.с.259

11.Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством. Навчальний посібник./ В.О. Василенко , Т.І. Ткаченко - Київ: ЦНЛ, 2019. - 57с.

12.Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання. Навчальний посібник / В.Г. Герасимчук –Київ : КНЕУ, 2019.- 56с.

13.Гетьман О. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ О. Гетьман, В. Шаповал - Дніпропетровський університет економіки і права. – Київ: ЦНЛ, 2019. - 487 с.

14.Гончарова С.Ю. Стратегічне управління: Навчальний посібник / С.Ю. Гончарова, І.П Отенко - Харків: ХДЕУ, 2019. - 96 с.

15.Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз: навчальний посібник / П.Л Гордієнко - Київ: Алеута, 2019. - 75с.

16.Єгупов Ю. Організація виробництва на промисловому підприємстві: Навчальний посібник / Ю. Єгупов. Одеський держ. економічний ун-т. - Київ : Ц. Н.Л. 2019. - 488 с.

17. Іванова І.В. Менеджмент підприємства: Практикум / І.В. Іванова - Київ: МАУП, 2019.с.56

18.Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник/ Г.І. Кіндраціка - Київ: Знання, 2019. - 366с.

19.Кобиляцький Л.С. Управління проектами. Навчальний посібник/ Л.С. Кобиляцький - Київ: МАУП, 2019.- 97с.

20.Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства. Навчальний посібник / М.Я. Коробов – Київ: Знання, КОО, 2019. – 378с.

21. Крущ П.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ П. В. Круш, В. І. Подвігіна, Б. М. Сердюк та ін.. - Київ: Ельга-Н: КНТ, 2017. – 777 с.

22.Міщенко А.П. Стратегічне управління. Навчальний посібник /А.П. Міщенко - К.: ЦНЛ, 2018. -256с.

23.Кузьмінський Ю.А. Бухгалтерський облік для економістів і правознавців: навч. посіб./ Ю.А. Кузьмінський – К.: КНЕУ, 2017. – 648 с.

24. Мних Є.В. Ференц І.Д. Економічний аналіз. Навчальний посібник /Є.В Мних , І.Д. Ференц – Львів, 2019.- 200с.

25. Нємцов В.Д. Менеджмент організацій. Навчальний посібник/ В.Д. Нємцов, Л.Є. Довгань, Г.Ф. – Київ: ТОВ УВПК «ЕксОб», 2017.- с100

26.Податковий кодекс України – К.: ДП «ІВЦ ДПА України», 2019.- 336с.

27. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства. Підручник / За заг. ред.. С.Ф. Покропивного. – Київ : КНЕУ- 2019. – 238с.

28. Покропивний С.Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. Навчальний посібник/ Покропивний С.Ф., Колот В.М. – К.: КНЕУ, 2019.

29.Пуцентейло П. Р. Ефективність виробництва в підприємницьких структурах / П.Р.Пуцейло. Економіка АПК.- К.- 2015. - № 6. – 57с.

30.Кучмійова Т.С. Вплив цифрових технологій на сучасне суспільство: трансформаційні аспекти. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2023. №41. С. 67-72. DOI: http://www.doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-10

31 Vannuccini, S., Prytkova, E., 2020. Artificial intelligence's new clothes? From general purpose technology to large technical system, in: Kanza, S., Frey, J.G., Niranjan, M., Hooper, V. (Eds.), AI3SD Summer Seminar Series 2020. Southampton, UK (viewed from DOI:10.5258/SOTON/P0051).

32. Verbivska L., Zhuk O., Ievsieieva O., Kuchmiiova T., Saienko V. (2023). The role of ecommerce in stimulating innovative business development in the conditions of european integration. Financial and Credit Activity. Problems of Theory and Practice, 3(50), 330-340. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.3930.

33.Цюняк О.П. Використання цифрових технологій у професійній підготовці майбутніх педагогів у закладах вищої освіти. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2021. №75. С. 128-132. DOI: http://www.doi.org/10.32840/1992-5786.2021.75-3.25

34.Прохорова В.В., Чобіток В.І. Стратегічний розвиток стартапів в інноваційному середовищі. Бізнес-інформ. 2023. № 9. С. 325-330. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-325-330

35.Tambe, P., Hitt, L., Rock, D., Brynjolfsson, E. (2019). IT, AI and the growth of intangible capital. SSRN Electronic Journal. https://doi.org/10.2139/ssrn.3416289.

36.Susskind, R., Susskind, D., (2016). Technology will replace many doctors, lawyers, and other professionals. Harvard Business Review (downloaded from https://hbr.org/2016/10/robots-willreplace-doctors-lawyers-and-other-professionals).

37. Babenko, V., Baksalova, O., Prokhorova, V., Dykan, V., Ovchynnikova, V., Chobitok, V. Information and Consulting Service Using in the Organization of

Personnel Management. Estudios de Economía Aplicada. 2021. Vol. 38-3, № 1, P. 1-10. http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.3999

38.V. Chobitok, O. Shevchenko, O. Lomonosova, V. Kochetkov, V. Bykhovchenko Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. Cuestiones Políticas. 2021. Vol. 39, №71 https://doi.org/10.46398/cuestpol.3971.35.

39.Арабаджиєв Д. Ю., Сергієнко Т. І. Особливості розвитку сучасного інформаційного суспільства в Україні в умовах політичної конфліктності. The 2 nd International scientific and practical conference «Scientific achievements of modern society» (October 9-11, 2019). Cognum Publishing House, Liverpool, United Kingdom. 2019. С. 74–79.

40. Сергієнко Т. І. Вплив цифрової епохи на суспільство. Цифрова трансформація соціоекономічних, управлінських та освітянських систем сучасного суспільства: матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції 23–24 листопада 2022 року. Львів – Торунь: Liha-Pres, 2022. С. 241–244.

41.Сергієнко Т. І. Теоретичні аспекти використання інформаційних технологій в управлінні підприємством. Економіка. Підприємництво. Менеджмент: сучасний стан і обриси майбутнього: Зб. матеріалів всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти та молодих учених (23 квітня 2019 р., м. Дніпро). Дніпро: Нац. метал. академія України. 2019. С. 347–348.

42. Сергієнко Т. І. Інформаційні технології в освіті. Українські студії в європейському контексті. 2023. № 6. С. 121–126.

43. Соснін О. В. Кононець М. О. Комунікації нових інформаційнотехнічних реалій у науковій та освітній діяльності як меседж для інноваційного розвитку суспільства. Інформаційне суспільство у світі України: проблеми, становлення та закономірності розвитку: колективна монографія / За заг.ред.. д.філос.н., проф. Воронкова В.Г.; Запоріжжя: ЗДІА, 2017. 282 с.