

УДК: 304.2:316.772.4

*Людмила Чередник, канд. філол. наук, доцент
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», м. Полтава*

ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК НОВИЙ ТИП МІЖОСОБИСТІСНОГО СПІЛКУВАННЯ

Анотація. Тези присвячено проблемам особливостей міжособистісного спілкування в умовах інформаційного суспільства.

Ключові слова: інформаційне суспільство, особистість, комунікація, інформаційна культура.

Сучасний етап розвитку людства характеризується переходом до нового типу соціальної організації – інформаційного суспільства, де провідну роль відіграє виробництво, збереження, обробка та передача інформації. У таких умовах трансформуються як форми соціальних зв'язків, так і характер міжособистісного спілкування, що набуває нових рис завдяки розвитку цифрових технологій. На перетині цих процесів формується інформаційна культура – як «індивідуальна здатність ефективно взаємодіяти в інформаційному середовищі та нова парадигма соціальної комунікації» [2, с. 47].

Однією з особливостей інформаційного суспільства є те, що воно базується на «вільному доступі до знань, інтенсифікації обміну даними та високому рівні технологічної комунікації» [4, с. 159]. Відповідно, особистість в інформаційному суспільстві вже не є лише споживачем інформації, а виступає активним її продуцентом, ретранслятором та критиком.

Відомо, що сучасна людина щоденно взаємодіє з величезними обсягами інформації. Уміння працювати з нею – перевіряти достовірність, критично осмислювати, аналізувати та застосовувати в соціальних і професійних практиках – стає ключовим чинником особистісної ефективності та соціальної інтеграції. Інформаційна культура у цьому контексті виконує роль когнітивного й етичного навігатора, який визначає норми поведінки в медіапросторі.

На думку дослідників, для інформаційної культури обов'язковими компонентами є такі, як:

- 1) критичне мислення та медіаграмотність;
- 2) етика інформаційної взаємодії (авторське право, конфіденційність, цифрова етика);
- 3) комунікативна компетентність у цифрових каналах (соціальні мережі, месенджери, форуми);
- 4) технологічна обізнаність – володіння інструментами для створення, пошуку, збереження та передавання інформації [3, с. 120].

Варто також наголосити, що інформаційна культура не лише забезпечує орієнтацію в складному інфопросторі, але й моделює нову форму соціальної взаємодії, де цінуються відкритість, толерантність, точність і здатність до міжкультурного діалогу.

З огляду на це, міжособистісне спілкування теж змінюється і набуває нових форм, з-поміж яких ключовими є:

- 1) цифровізація спілкування – традиційні форми взаємодії дедалі частіше замінюються або доповнюються онлайн-комунікацією;
- 2) дистанційна присутність – завдяки інтернету можлива участь у взаємодії без фізичної присутності, що значно розширює роль соціальних мереж, але водночас знижує емоційний компонент спілкування;
- 3) мережевий етикет (нетикет) – формується нова система норм, яка регулює поведінку користувачів у віртуальному просторі;
- 4) фрагментованість і багатоканальність – одночасна участь в кількох потоках комунікації через різні платформи (соціальні мережі, месенджери, відеозв'язок тощо) [1, с. 138].

Ці зміни створюють як нові можливості для самовираження та взаєморозуміння, так і нові ризики: від емоційного вигорання до втрати навичок живої комунікації. У цьому контексті інформаційна культура стає інструментом балансування між технологічною зручністю та гуманістичними цінностями особистого спілкування.

Оскільки ефективне спілкування у мережевому середовищі залежить від здатності правильно інтерпретувати повідомлення, дотримуватися норм етикету й бути інформаційно грамотним, інформаційна культура набуває ознак соціального капіталу. Людина, яка володіє цією культурою, здатна ефективніше будувати професійні зв'язки, навчатися, брати участь у громадських ініціативах і навіть впливати на суспільні процеси.

Однією з ключових трансформацій міжособистісного спілкування в умовах інформаційного суспільства є зміна мовної поведінки комунікантів. Комунікація в цифровому середовищі зумовлює появу нових форм лінгвістичного вираження – мережевих жаргонів, емотиконів, мемів, аббревіатур та скорочень. До прикладу, наведемо найбільш популярні аббревіатури англійською мовою: 1) **LOL** (*laughing out loud*) – сміюсь вголос (використовується в інтернеті та інших засобах комунікації, щоб виразити сміх); 2) **IMHO** (*in my humble opinion*) – на мою скромну думку (поширене скорочення, яке використовують в письмовій формі, щоб висловити свою думку, не надто категоричну); 3) **BRB** (*be right back*) – скоро повернуся; 4) **GTG** (*got to go*) – мені треба йти та ін.

Цікаво, що англійське скорочення LOL «крокує» земною кулею та знайшло застосування у різноманітних мовах, сприяє появі нових версій, а саме: 1) **MDR** –

французька версія, що походить від «*mort de rire*», котра перекладається наче «вмираю від сміху», проте більшість людей усе ж частіше використовують LOL; 2) **555** – тайландський варіант, тому, що «5» в Таїланді вимовляється як «ха», отже три п'ятірки означають «ха-ха-ха»; 3) **МКМ** – в Афганістані є абревіація фрази «*ma khanda mikonot*», котра виступає своєрідним еквівалентом LOL та перекладається абсолютно ідентично.

Звичними вже стали й скорочення українською мовою: 1) **ГГ** – «гарна гра» (від англ. GG – good game); 2) **ІМХО** – аналог англ. ІМНО, іноді транслітеровано або НМСД; 3) **ЛОЛ** – українізоване написання LOL.

У мережевій комунікації використовуються й інтернет-жаргони:

1) «Крінж» – запозичене з англ. cringe (сором, збентеження); часто використовується для позначення чогось незручного або некомфортного. Наприклад: «Це відео – просто крінж».

2) «Залетів у бан» – потрапив у бан, тобто отримав блокування (на платформі чи в чаті).

3) «Рофл» – з англ. ROFL (rolling on the floor laughing) – дуже смішно, жарт.

Графічна економія (скорочення слів, пропуски пунктуації, злиття фраз) стала звичною рисою електронного мовлення. Наприклад, повідомлення типу «як справи?», «норм, а ти?», часте недотримання норм літературної мови, однак це не впливає на розуміння у контексті неформального онлайн-спілкування. Це свідчить про гнучкість мовної норми та появу нових контекстів її вживання.

Крім того, паралінгвістичні засоби – смайли, гіфки, стікери, емотикони та емодзі – фактично замінюють інтонацію, міміку й жести у цифровому просторі. Вони формують візуально-лінгвістичну форму спілкування, в якій емоційне забарвлення досягається не словами, а зображеннями чи символами. Наприклад, за допомогою таких емодзі: 😊, 😂, 😞, ❤️ – графічно виражаються емоції, які замінюють або підсилюють текст. До прикладу: «Я склала іспит на 100 балів! 🥳».

Або емотикон :) (обличчя, що сміється) – означає радість, щастя чи позитивне почуття. Натомість емотикон :((схвильоване обличчя) є вираженням смутку, суму чи розчарування. Це два найпоширеніші емотикони, які використовуються для вираження емоцій у текстових повідомленнях та інших онлайн-засобах.

Поширеною є й меметична комунікація, тобто комунікація за допомогою мемів. Наприклад, меми-образи зі зміненими підписами, що передають певну ситуацію або настрій. Наведемо деякі зображення «Disaster Girl» (дівчинка з посмішкою на фоні палаючого будинку) і підписи такого типу: «Я після того, як випадково видалила звіт за місяць» (підпис на дівчинці) і «Файли на жорсткому диску» (підпис на будинку). Тобто, ці підписи є свідченням байдужої реакції на катастрофу, яку, ймовірно, й спричинила ця ж особа.

Або інша картинка «Woman Yelling at a Cat» (колаж: жінка кричить, кіт сидить за столом із байдужим виразом) і підпис – жінка: «Ти знову нічого не вивчив до іспиту!». Кіт: «Я – ШІ. Я вже все знаю». І контекст цієї ситуації: іронія між емоційною реакцією людини і спокійною відповіддю.

Іноді фрази з відео чи кіно, що набули символічного значення, використовуються як іронічний або саркастичний коментар. Наприклад: «Це фіаско, братан», «Це вже інша історія».

Усі ці приклади демонструють, як цифрове середовище породжує нові мовні явища, адаптовані до швидкої, неформальної, часто візуальної комунікації. Ці форми допомагають ефективніше передавати емоції, інтонації, іронію, а також скорочують час спілкування.

Зміни торкнулися й мовного етикету: у цифровому середовищі з'явилися нові формули ввічливості та моделі комунікативної поведінки. Наприклад, очікування негайної відповіді в месенджерах породжує нову норму – «поставити реакцію» на повідомлення або відповісти коротко, навіть якщо змістовна розмова відкладається. Це вказує на зростання ролі лінгвістичної компресії – передавання максимуму значення мінімальними засобами.

Отже, у сучасному інформаційному суспільстві формується новий тип міжособистісного спілкування, де інформаційна культура виступає його основою. Вона не лише дає можливість орієнтуватися у складному інформаційному середовищі, а й «створює умови для глибшого взаєморозуміння, розвитку етичної взаємодії та збереження людяності в умовах цифрової трансформації» [2, с. 310].

Міжособистісне спілкування в інформаційному суспільстві не лише адаптується до нових технологічних умов, але й активно створює нові мовні практики, які відображають потреби сучасного користувача – у швидкості, емоційності, гнучкості та зрозумілості комунікації.

Список використаних джерел

1. Дзьобань О. П. Філософія інформаційних комунікацій: монографія. Харків: Майдан, 2012. 224 с.
2. Палеха Ю. І., Палеха О. Ю., Горбань Ю. І. Інформаційна культура: навч. посіб. / за заг. ред. Ю. І. Палехи. Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. 400 с.
3. Палеха Ю. І. Інформаційна культура особи, суспільства, організації: монографія. Київ: Видавництво Ліра-К, 2022. 404 с.
4. Уханова Н. С. Інформаційна культура особистості: сутність і зміст. *Інформація і право*. 2021. № 1(36). С. 159–166.

