

**ЗМІНА КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ
В ПЕРІОД ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Відповідно до сьогоденних тенденцій комунікативні стратегії переорієнтовуються на швидкі темпи розвитку ІТ-технологій. С. Г. Тер-Мінасова у роботі «Мова і міжкультурна комунікація» дає наступне визначення комунікації – це спілкування, взаємозв'язок між двома чи більше особистостями, заснований на взаєморозумінні; це також повідомлення інформації однією людиною іншій чи групі людей.

Особливості мислення, поведінки людини формуються в процесі інтерналізації (входження в культуру). Це процес отримання людиною основних навиків у поведінці, діяльність в певному соціокультурному оточенні; формування способів вербальної і невербальної комунікації; типів позитивної і негативної оцінки явищ, подій, людей; певного світосприйняття та інтерпретації навколишнього світу.

У сучасному інформаційному суспільстві ми на кожному кроці зустрічаємо автоматизовані, інформатизовані системи, які покликані спростити наше життя. Однак, стаючи частиною, такого «електронного механізму», ми втрачаємо можливість живого спілкування. Тому дослідження впливу сучасних комунікативних тенденцій на суспільство є важливим. Перебуваючи постійно «онлайн» ми відмовляємося від живих зустрічей і цікавих співрозмовників. Як тоді оцінити користь сучасного прогресу?

У сучасному суспільстві важко знайти людину, котра б не була зареєстрована в мережі Інтернет. Сьогодні для пошуку сенсу життя досить відкрити браузер і в пошуковій системі написати «сене життя». Звісно спілкування і дискусії є і в «онлайн», проте емоції, міміка, почуття, замінили знаки, символи, простіше кажучи байти інформації. Блоги і форуми зосереджують в собі все більше і більше людей.

Неймовірно, але фактом залишається те, що здається прості знаки, цифри, байти інформації замінюють нам щодня живе спілкування. Постає питання: що відбувається – прогрес чи регрес, деградація суспільної свідомості. Переорієнтація комунікативної стратегії за рахунок глобальної інформатизації приносить великі прибутки для виробників оргтехніки та інтернет-провайдерів, але зовсім не допомагають розвиватися людині, як особистості. Так дійсно, здавалося б в глобальній мережі ми можемо знайти багато цікавої і корисної інформації, але лише одиниці людей займаються саме таким пошуком. Більшість просто перебуваючи в соціальних мережах, переглядають фільми і слухають музику, що не сприяє їх особистісному розвитку.

Науковий керівник – Подола Т. А., канд. філос. наук