

**Research methods** used in the article are systemic, institutional approach, structural and functional analysis, problem method, method of expert assessments, generalization, content analysis. **Research results.** The conditions tourism develops in are influenced by numerous factors. The most important external factors are natural (cataclysms, pandemics, etc.), political and socio-economic ones. In addition to them, there are phenomena and trends that are manifested directly in the field of tourism, namely: the demand and supply of tourist services; institutional and technical-technological factors. In the context of globalization of the tourism market, the role and importance of the quality of information exchange in the tourism market is growing. The information technologies used in the modern tourism business can be divided into two groups. The first group includes technologies that promote automation and increase the efficiency of internal office business processes. The second group provides interaction with the end user. **Discussion.** In addition to the development of the main areas of tourism, in parallel, the dominant trend in the development of world tourism is the formation and development of the tourism industry as an industry of impressions. **Conclusion.** The development of tourism is influenced by external (natural, economic, political) and internal (related to the demand and supply of tourist services, institutional and technical-technological) factors. The coronavirus pandemic and the accompanying anti-epidemic measures have called into question the profitability of the industry, millions of job places, but have differentiated the forms of tourism, approving the trend towards an individualized tourism product. The globalization of the tourism sector as a consolidation and active penetration of the capital of individual companies in foreign tourism markets by merging or absorbing the spheres of tourism service has contributed to the establishment of a single information exchange between its participants. The tourist market offers are changing to alternative and non-traditional ones. The transition to the impression industry determines the increase in demand for exotic types of tourism and requires the creation of a new tourism product suits the ever-changing needs of tourists.

**Keywords:** tourism, e-tourism, endogenous and exogenous factors, "service industry", "experience industry", mobile tourism, COVID-19.

УДК 130.2

О. П. Антіпова

## КОМУНІКАТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ДОБИ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Національна академія внутрішніх справ  
ORCID: 0000-0003-4098-3673; antipova.olga777@gmail.com

**Анотація.** Доведено, що цифровізація як невід'ємний атрибут інформаційної ери сягає за межі суто технологічної галузі та слугує визначальним чинником трансформації характеристик соціокультурного простору, зокрема комунікативної взаємодії. Обґрунтовано амбівалентний характер комунікативної парадигми сучасної культурної доби в контексті цифровізації: з одного боку, вона надає широкі можливості для прискореного інфообміну, міжкультурної взаємодії, безперервної трансляції повідомлень, спілкування онлайн тощо, а з іншого – означена численними ризиками, серед яких – перенасичення інформацією, зниження рівня критичності сприйняття інфопотоку, «цифрова нерівність», нав'язування контенту, застосування маніпулятивних технологій тощо. Доведено, що важливим чинником подолання цих та інших проблем на шляху побудови оптимальної моделі комунікативної взаємодії усвідомлюється становлення інформаційної культури, здатної зберегти традиційні й виробити нові цінності та світоглядні настанови, що відповідатимуть викликам глобалізації.

**Ключові слова:** комунікація, цифровізація, інформатизація, культура, інформаційне суспільство.

### Вступ

Епоха завершення другого тисячоліття нашої ери й переходу до XXI століття означена істотними технологічними та світоглядно-ціннісними зрушеннями в напрямі розвитку моделі цифрової цивілізації. За цих умов цифровізація стала найважливішим фактором не лише економічного зростання кожної з країн, а й пріоритетним вектором розвитку всіх сфер життєдіяльності соціуму, адже усвідомлюється як універсальний засіб адаптації до численних викликів, зумовлених глобалізацією. Усталеними в повсякденному вжитку нині стали поняття «цифрова культура», «цифрове покоління», «цифрова грамотність», «цифрова освіта», «цифрова економіка», «цифрова компетентність», «оцифрування» («діджиталізація») тощо. Водночас навіть поверхневий аналіз зазначених категорій засвідчує, що їхній зміст сягає за межі суто технологічної або цифрової галузі, адже стосується широкого кола культурологічних, соціогуманітарних аспектів і тісно пов'язаний з комунікативними характеристиками доби.

Тенденції соціокультурних зрушень у соціальних практиках дають змогу стверджувати, що ключовими принципами комунікативної взаємодії в умовах цифровізації стають принципи поліфонічної, безперервної, перманентної трансляції, коли постійні

потоки повідомлень про ті чи інші процеси набувають статусу окремої «гіперреальності». Остання, у свою чергу, витісняє фізичну реальність, маргіналізуючи її. Швидкими темпами відбувається процес формування віртуальних спільнот і соціальних груп, а також уже цілком відмінних від попередніх цифрових поколінь, які в межах своєї національної мови виробили власний сленг, власні поняття, аббревіатури, а також способи мислення і навіть відповідну етику та цінності. Ідеться не лише про різні мови та світогляди, а й різні форми соціалізації та соціальної поведінки, зокрема на побутовому рівні, які в сукупності визначають комунікативну стратегію інформаційної ери, що підтверджує потребу в ретельному вивченні окреслених феноменів.

### Мета і завдання

Метою статті є здійснення аналізу комунікативних характеристик сучасної культурної доби в контексті цифровізації. Реалізація мети передбачає виконання таких завдань: визначити ключові тенденції комунікативної взаємодії; встановити притаманні їй переваги й ризики, зумовлені активним використанням діджитал-технологій; довести значущість інформаційної культури для побудови оптимальної моделі комунікативної взаємодії, здатної протистояти викликам глобалізації в умовах інформаційного суспільства.

### Методологія дослідження

Оптимальною складовою методологічного інструментарію з вивчення окресленої проблематики є соціокультурний підхід, що здатний репрезентувати чинники, передумови, ключові характеристики комунікативної взаємодії як невід'ємної складової соціальної реальності культури інформаційної ери, «живої» та відкритої системи.

### Результати

Сучасні інформаційні та телекомунікаційні технології стали надважливою частиною інфраструктури суспільства. Нині від них залежить не лише технологічний, а й соціальний поступ, економічна конкурентоспроможність країни загалом, її місце у світовій економіці, роль у міжнародному просторі, здатність розвивати демократичні інститути тощо. Завдяки цифровизації зазначені технології фактично перетворились із технологічного чинника розвитку на важливий елемент функціонування соціуму в духовному та морально-ціннісному контексті, що слугує тлом для розгортання нової комунікативної стратегії.

Проведений аналіз вказаної проблематики засвідчує, що цифровизація як невід'ємний атрибут культури інформаційної ери виявляє неоднозначний вплив на комунікативні практики сучасного соціуму. З одного боку, вона усвідомлюється як універсальний інструмент інфообміну, накопичення й обробки даних, генерування та втілення в життя нових ідей, наприклад, із залученням технологій штучного інтелекту. Завдяки оцифруванню документів, рукописів, зображень, відео- та аудіоматеріалів у більшості сфер життєдіяльності суттєво спростилися процеси надання адмінпослуг, проектування, активізувалися виробничі процеси тощо. Цифровизація сприяє тому, що сучасне покоління, незалежно від віку, статі, мови, культури, має змогу легко комунікувати зі своїми ровесниками чи однодумцями з інших країн, фактично не відчуючи цивілізаційних та культурних бар'єрів. Оперативні системи комунікації та сповіщення, передусім соціальні мережі, дозволяють виробляти специфічну модель світосприйняття, що є відкритою та спрямованою на досягнення соціокультурних явищ у планетарному масштабі.

З іншого боку, більш ґрунтовний аналіз комунікативних характеристик доби дає змогу стверджувати, що сучасник виявляється неготовим до прискорених темпів цифровизації. Неконтрольованість інформаційного потоку призводить до пригнічення здатності критично мислити й орієнтуватися в просторово-часовому континуумі, «фільтрувати» інформацію, у потоці якої особа буквально «губиться». Віртуалізація та медіатизація соціального світу сприяють зміщенню акцентів у спілкуванні з реального міжособистісного на віртуальне, демонструють ілюзорність міжкультурної взаємодії, адже слугують «зручною платформою» для використання маніпулятивних технологій, чинником підвищення соціальної напруги. Крім того, цифровизація суспільства пов'язана з такими ризиками, як «інформаційна булемія», «цифрова нерівність», «цифрове слабоумство» тощо, що суттєво трансформують звичну для нас систему комунікативної взаємодії, спонукаючи до пошуків нових способів протистояння таким непередбачуваним наслідкам

«сліпого нав'язування цифри» масам та адаптації до нових умов.

Трансформація комунікативних характеристик сучасної культурної доби в умовах тотальної цифровизації чітко простежується на власне процесі інфообміну. Ключовим чинником, що визначає тенденції комунікативних практик інформаційної ери, є спілкування через екран, тобто таке, що відбувається вже не з опорою на символічне, з «опорою на техніку» (Бодрийяр, 2006: 156). Це дає змогу констатувати становлення нового типу комунікативної культури, що має амбівалентний характер: з одного боку, вона означена неабиякими можливостями для розширення інформаційного простору, швидкої та зручної передачі інформації, її обробці та зберіганню, вільному доступу до неї, а отже, широкому простору для активізації комунікативної взаємодії; з іншого боку, зумовлене цифровизацією активне впровадження ІКТ призводить до неконтрольованості інформаційного потоку, зниження якості інформації, наявної в широкому доступі, втрати здатності людини до «фільтрування» інформації, критичного сприйняття інфопотоку, можливості застосування до комуніканта маніпулятивних технологій. За цих умов не перший план виходить проблема формування інформаційної культури, здатної слугувати своєрідним когнітивним фільтром, побудувати оптимальну комунікативну стратегію, що відповідатиме запитам сучасної культурної доби та гідно протистоятиме викликам глобалізації.

### Обговорення

Традиція вивчення трансформації комунікативних характеристик доби крізь призму інформатизації та цифровизації як її ключової ознаки лежить у площині наукових розвідок вітчизняних і зарубіжних теоретиків, передусім культурологів, філософів, соціологів і фахівців у сфері ІКТ, що закономірно вказує на міждисциплінарний характер окресленої проблематики. Теоретичною платформою останньої слугує філософська спадщина постмодерного дискурсу. Вивченню трансформації комунікаційних характеристик у контексті використання новітніх ІКТ присвятили дослідження такі автори, як М. Кастельс, О. Леонтович, М. Мак-Люен та ін. Змістовністю вирізняються праці, у яких здійснено аналіз комунікативних характеристик у контексті віртуалізації, зокрема крізь призму простору уявного (Ж. Лакан, М. Фуко, Ж. Дерріда) та символічного середовища, або простору симулякрів (Ж. Бодрийяр, Ж. Дельоз). Підґрунтя наукової розвідки доповнили праці дослідників соціального конструктивізму Дж. Міда, Ч. Кулі, І. Гофмана, Т. Лукмана, К. Гергена та інших, які акцентують увагу на формуванні різноманітних «Я-образів» у мережевому просторі як ключової характеристики міжособистісної взаємодії комунікантів. Значущими в контексті проблематики дослідження є наукові розвідки сучасних учених, у яких розкрито соціокультурний аспект комунікативної взаємодії в умовах інформатизації (М. Абисова, Ж. Денисюк, Л. Дротянко, О. Сарнавська, О. Соснін, Н. Хамітов та ін.).

Як суспільне явище цифровизація почала привертати увагу науковців різних галузей із 70-х років ХХ століття, невпинно набуваючи актуальності. Нині питання ролі цифровизації соціуму в комунікативній

стратегії інтегроване в широкий філософський, культурологічний, психологічний і педагогічний контекст, у якому особистість постає передусім як соціокультурний об'єкт, що, з одного боку, формується шляхом самодетермінації в умовах мережевого простору, кіберсвіту, тотальної віртуалізації, а з іншого – активно детермінує характеристики комунікативного простору інформаційного суспільства, довільно чи мимовільно адаптуючи його до викликів глобалізації.

Інтуїтивно до роздумів щодо соціокультурної складової комунікативної взаємодії під впливом цифровізації вдавалися ще письменники-футуристи на початку XX століття. Так, Е. М. Форстер у 1909 р. в праці «Машина зупиняється» (Форстер, 2000) за більш як сто років передбачив світ майбутнього, у якому люди «самоізолюються», спілкуються один з одним через екрани, і можуть керувати середовищем своїх окремих клітин завдяки кнопкам, які дають їм реалістичні відчуття звуку, запаху й кольору. Представники зображеного філософом майбуття живуть у стереотипних будинках (ознака глобалізації), надсилають повідомлення один одному пневматичною поштою (прототип електронної або WhatsApp) і спілкуються в мережі через відеоінтерфейс, який дивним чином нагадує Zoom або Skype.

Нині ці та інші Інтернет-платформи стали невід'ємною складовою повсякденного життя, а нерідко навіть усвідомлюються як універсальний засіб комунікативної взаємодії. Особливо затребуваними вони є в сучасних умовах, під час пандемії, спричиненої поширенням хвороби COVID-19, коли через вимоги соціального дистанціювання «спілкування через екран» вимушено стало нормою не лише для IT-галузі або у сфері дозвілля, для міжособистісного спілкування на побутовому рівні, а й основним способом здобуття освіти (навчання онлайн), професійної діяльності в різних галузях (надання адмінпослуг через додатки в гаджетах, упровадження електронного документообігу, відвідування онлайн-магазинів тощо).

У зв'язку з цим комунікативна парадигма означена проблемою «цифрової нерівності». Сучасник щодня постає перед вибором: або намагатися всіляко «встигати» за зміною технічних засобів комунікації, опановувати нові функції та програми гаджетів, цікавитися новинками у сфері ІКТ, освоювати нові цифрові платформи, щоб бути активним учасником процесу комунікативної взаємодії в умовах інформатизації, або ж залишатися на периферії цих процесів, дистанціюватися від «тиску» пропонованих інноваційних «каналів зв'язку», опанування інноваційних методів інфообміну, стаючи поволі аутсайдером навіть у побутовій сфері (наприклад, низька конкурентоспроможність на ринку праці, неспроможність скористатися пропонованими онлайн-послугами, стати повноцінним членом соціальних спільнот, представлених у мережевому просторі). Яскравим прикладом слугує період пандемії, спричиненої коронавірусом, коли, наприклад, від спроможності згенерувати в електронній системі COVID-сертифікат про вакцинацію з QR-кодом (що, своєю чергою, передбачає наявність електронного підпису) залежить право на працю та вільне пересування.

Аналізуючи феномен цифровізації суспільства як підвалини сучасної економіки, учені цієї галузі виокремлюють цілком актуальні для гуманітарної сфери тенденції розвитку комунікативної стратегії глобалізованого світу:

- усі види контенту переходять з аналогових у цифрові, стаючи мобільними й персональними. Причому індивід отримує можливість контролювати власний контент, направляти інформаційні запити, формувати індивідуальну траєкторію інформаційної діяльності;

- здійснюється перехід до простих технологій комунікації (технологія стає лише засобом, інструментом спілкування), а головною характеристикою засобу й технології стає керованість;

- комунікації стають гетерогенними: вертикальна, ієрархічна комунікація втрачає актуальність, відбувається перехід до мережевої структури комунікації (Ничипоренко, Александрова, 2019). Цілком погоджуючись із наведеною позицією, слід визнати сумнівним однозначність положення щодо керованості й контрольованості як комунікативної характеристики сучасного соціуму, адже в умовах цифровізації нерідко виникають ситуації, за яких цілком передбачуваний, чітко програмований і заздалегідь прорахований процес дає неочікувані результати. Часто користувач не лише не має змоги контролювати власний контент, а й сам стає «зручною мішенню» для використання маніпулятивних технологій, нав'язування ідей, уподобань, продукту тощо.

Означена проблема загострилася впродовж останніх років, коли цифровізація почала ставати дедалі витонченішою та складнішою, особливо з появою штучного інтелекту. Нині застосунки є скрізь і для всього – побачень, планування подорожей, банківської справи, визначення стану здоров'я і фізичної форми тощо. Нерідко штучний інтелект сам визначає простір, у якому розгортається комунікативна взаємодія, комп'ютер сам добирає контент для користувача, що відповідає запитам, які він робив останнім часом, проте з урахуванням інтересів іншої зацікавленої сторони – «невидимого ляльководи», адже, як слушно стверджує Н. Хамітов, «той, хто добре заплатив за просування свого ресурсу, буде постійно стукати з ним у підсвідомість... Проникаючи в Інтернет, ви потрапляєте на інформаційне звалище, де вам намагаються зробити брудну інформаційну ін'єкцію» (Хамітов, 2012).

Це явище викликає неабияке занепокоєння деяких старожилів цифрової індустрії, таких як Трістан Гарріс, працівник Google, який знявся в документальному фільмі 2020 року «Соціальна дилема». Цей фільм демонструє, як алгоритми, що використовуються для максимізації продажів і розширення ринків, можуть насправді змінювати й контролювати спосіб мислення людей. Люди, які проводять багато часу в Інтернеті, можуть легко потрапити в так звані «ехо-камери» і «бульбашки», де вони отримують тільки ту інформацію, яка їм подобається і з якою вони згодні, тому зрештою вони думають, що те, як вони бачать світ, є єдино правильним. Пізніше це може призвести до протистоянь і навіть до жорстокості проти тих, хто наслідуються думати інакше (Скотт, 2021).

Серед ключових ризиків, зумовлених цифровізацією, – нездатність адаптуватися до посилених темпів інфообміну, що виявляється навіть на фізіологічному рівні. Наприклад, численні представники різних галузей гуманітарного знання – філософи, медики, психіатри, неврологи, психологи, соціологи, педагоги – виступають проти тотального впровадження цифрової освіти, оскільки помітили, що дитина втрачає здатність критично мислити й орієнтуватись у просторово-часовому континуумі, спостерігається відсутність відповідальності, притупляється воля людини. Вони передбачають, що результатом дистанційної освіти буде тотальне цифрове слабоумство та «інформаційна булемія», коли людині дається багато інформації, але вона не може її втримати, нічого не пам'ятає, адже нейронні зв'язки закріплюються в мозку лише за наявності досвіду (Шпітцер, 2013).

Водночас слід ураховувати те, що технічні засоби виконують лише допоміжну роль у таких комунікативних процесах і наслідки так званого спілкування через екран залежать від рівня загальної культури власне комунікантів (Дротянко, 2014: 11). Ідеться про формування внутрішнього «інформаційного смаку», когнітивного фільтра, своєрідного цензу, що дасть змогу сформувати оптимальну комунікативну парадигму, адже убезпечить від натиску інформаційного потоку, сприйняття та поширення неякісного контенту.

З огляду на зазначене, закономірними слід визнати висновки сучасних учених щодо активного формування простору інформаційної (або, як її ще іменують, – цифрової) культури, що впливає, серед іншого, й на комунікативну взаємодію. На основі аналізу доробку сучасного філософа М. Серра, вони виявили стійкий зв'язок між стрімкими досягненнями інформаційної революції та культурою цифрового покоління, що позначається на особливостях конструювання ідентичності особистості в сучасному віртуальному комунікативному просторі, передбачає вплив віртуальної ідентичності на реальну особистість. Так, віртуальна ідентичність може мати множинний характер та виражена переважно через самопрезентацію, адже слугує важливим компонентом автентичності як самобутності сучасної особистості (Сарнавська, Яковичина, Шандюк, 2020: 135). Аналогічні твердження обґрунтовано в працях сучасних дослідників, які констатують виникнення нових специфічних інформаційно-віртуальних форм культури та культурної комунікації (Гаврілова, Топольник, 2017: 1).

У цьому контексті фахівці-культурологи слушно доводять, що за останні десятиліття інформаційна культура дедалі більше актуалізувалася як феномен, породжений інформаційним суспільством, опосередковуючись Інтернет-спілкуванням та загалом сучасними комунікативними практиками (Денисюк, Яковлев, 2021). Розвиток сучасного цифрового інформаційного простору породжує значну кількість інформації, яка передається від людини до людини, але водночас переростає в соціальне явище, що формує мислення, форми поведінки та дії спільнот. Інформаційна культура суспільства стає дотичною і впливає на різні сфери буття, які вже не можуть розумітися і визначатися поза інформаційним контекстом, слугуючи водночас дієвим чинником сприйняття людиною оточуючої реальності, світу загалом.

Інформаційна культура безпосередньо пов'язана із соціальною природою індивіда, обумовлена відповідними цінностями та світоглядними настановами, що визначають спосіб суспільного буття і світо розуміння, слугують ключовими підвалинами комунікативної парадигми культурної доби. Відтак формування зазначеного типу культури передусім має бути невід'ємним атрибутом сучасного покоління – цифрового, або за словами А. Шевченко, – діджитал-покоління (покоління Z), що є максимально наближеним до технологічних процесів, не мислить свого життя без цифрових технологій, Інтернету, працює поруч із роботами та якого вже не здивуєш криптовалютами чи технологіями блокчейн. Авторка доречно наголошує на тому, що людині важливо не загубити себе, власні духовні орієнтири в сучасному цифровому світі, який «поглиблюється з неймовірною швидкістю», активно поширюється із нано- та біотехнологій на соціогуманітарну сферу (Шевченко, 2018).

## Висновки

Питання комунікативних характеристик глобалізованого світу, зокрема його змін під тотальним «тиском» цифровізації, на сьогодні вирізняється значущістю, адже по суті виникає новий соціокультурний простір, у межах якого не лише зберігаються та передаються знання, набуті попередніми поколіннями досвід і весь наявний інформаційний масив, а й генеруються нові ідеї, створюються теорії, поняття, концепти, що визначають стратегію подальшого розвитку людства, у тому числі й його комунікативну парадигму.

Привнесені цифровізацією новітні технічні засоби, віртуалізація та медіатизація закономірно позначаються на комунікативній взаємодії, що ґрунтується на принципах поліфонічної, безперервної, перманентної трансляції. Це дає змогу констатувати відсутність цілісності текстуальних утворень, «мозаїчність» поширюваного контенту, еkleктичність стилів і напрямів, орієнтацію на споживача та активне просування продукту. У міжособистісному спілкуванні сучасник із легкістю вдається до гри сенсів, змішування високих і низьких стилів тощо.

У контексті цифровізації комунікативна парадигма сучасної культурної доби має амбівалентний характер: з одного боку, вона надає широкі можливості для прискореного інфообміну, міжкультурної взаємодії, безперервної трансляції, спілкування онлайн тощо, а з іншого – означена численними ризиками, серед яких перенасичення інформацією, зниження рівня критичності сприйняття інфопотоку, «цифрова нерівність», нав'язування контенту, застосування маніпулятивних технологій та ін. Важливим чинником подолання цих та інших проблем на шляху побудови оптимальної моделі комунікативної взаємодії усвідомлюється становлення інформаційної культури, здатної зберегти традиційні й виробити нові цінності та світоглядні настанови, що відповідатимуть наявним і новим викликам глобалізації.

## Список літератури

1. Scott Julian. The Digitalization of Society. New Acropolis Library. 2021. January. Vol. 3. URL: <https://library.acropolis.org/the-digitalization-of-society/>
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структура / Ж. Бодрийяр; пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – М.: Культур. революция, 2006. – 269 с.

3. Гаврілова Л. Г. Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени / Л. Г. Гаврілова, Я. В. Топольник // Інформаційні технології і засоби навчання. 2017. – Т. 61, вип. 5. – С. 1-14. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN\\_2017\\_61\\_5\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2017_61_5_3)

4. Денисюк Ж. З. Формування інформаційної культури суспільства в умовах цифровізації / Ж. З. Денисюк, О. В. Яковлев // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2021. – № 2. – С. 18-22.

5. Дротянко Л. Г. Соціальні трансформації мовленнєвої культури в інформаційну еру / Л. Г. Дротянко // Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія. – 2014. – № 1 (19). – С. 8-11.

6. Ничипоренко К. В., Александрова М. В. Цифровізація: презентація. 2019. URL: [https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2019/02/Prezentatsiya\\_Margarita-szhatyiy.pdf](https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2019/02/Prezentatsiya_Margarita-szhatyiy.pdf).

7. Сарнавська О. В. Філософське осмислення особистості цифрового покоління: постмодерний дискурс / О. В. Сарнавська, Т. В. Яковичина, Т. А. Шадюк // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2020. – Вип. 2 (88). – С. 135-145. (Серія «Філософські науки»).

8. Форстер Э. М. Куда боятся ступить ангелы. Морис. Машина останавливается: рассказы и эссе: пер.с англ. – М.: Радуга, 2000. – 397 с.

9. Хамитов Н. Есть свобода слова, но есть ли свобода мысли? 2012. URL: <http://aphy.net/articles/51-magbookath/788-nazip-khamitov-is-there-freedom-of-speech-but-is-there-freedom-of-idea>.

10. Шевченко А. Диджитал Ера. Просто о цифровых технологиях / А. Шевченко. – Киев: Саммит-книга, 2018. – 457 с.

11. Шпитцер М. Антимозг. Цифровые технологии и мозг / М. Шпитцер. – М.: АСТ, 2013. – 288 с.

## References

1. New Acropolis International Organization. 2021. "The Digitalization of Society." January 3, 2021. <https://library.acropolis.org/the-digitalization-of-society/>

2. Bodriyar, Zn. 2006. *Obshchestvo potrebleniia. Ego mify i struktura [Consumption society. Its myths and structure]*. Moscow: Kultur. revoliutsiia.

3. Havrilova, L. H., and Topolnyk, Ya. V. 2017. "Tsyfrova kultura, tsyfrova gramotnist, tsyfrova kompetentnist yak suchasni

osvitni fenomeny" Digital culture, digital literacy, digital competence as modern educational phenomena]. *Informatsiini tekhnologii i zasoby navchannia, Information Technologies and Learning Tools*, 5 (61): 1-14. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN\\_2017\\_61\\_5\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2017_61_5_3)

4. Denysiuk, Zh., and Yakovlev, O. 2021. "Formuvannia informatsiinoi kultury suspilstva v umovakh tsyfrovizatsii" Formation of information culture of society in the conditions of digitalization]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv, The Quarterly National Academy of Culture and Arts highlights topical issues of art and culture*, 2: 18-22.

5. Drotianko, L. H. 2014. "Sotsialni transformatsii movlennievoi kultury v informatsiinu eru" [Social Transformations of Speech Culture in the Information Age]. *Visnyk Natsionalnoho aviatyinoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Cultural Studies*, 1(19): 8-11. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.19.10020>

6. Nychyporenko, K. V., and Aliksandrova M. V. 2019. Tsyfrovizatsiia: prezentatsiia [Digitization: presentation]. [https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2019/02/Prezentatsiya\\_Margarita-szhatyiy.pdf](https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2019/02/Prezentatsiya_Margarita-szhatyiy.pdf)

7. Sarnavska, O. V., and Yakovyshyna T. V. etc. 2020. "Filosofske osmyslennia osobystosti tsyfrovoho pokolinnia: postmoderni dyskurs" [Philosophical understanding of the personality of the digital generation: a postmodern digression]. *Visnyk Zhytomirskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka, Zhytomyr Ivan Franko State University Journal*, 2 (88): 135-145.

8. Forster, E. M. 2000. *Kuda boyatsya stupit angely. Moris. Mashina ostanavlivaetsya [Where angels are afraid to tread. Maurice. The car stops]*. Moscow: Raduga.

9. Khamitov, N. 2012. Est svoboda slova, no est li svoboda mysli? [There is freedom of speech, but is there freedom of thought?]. October 31. <http://aphy.net/articles/51-magbookath/788-nazip-khamitov-is-there-freedom-of-speech-but-is-there-freedom-of-idea>.

10. Shevchenko, A. 2018. *Didzhital Era. Prosto o cifrovyyh tekhnologiyah [Digital Era. Just about digital technologies]*. Kiev: Sammit-kniga.

11. Shpitzer, M. 2013. *Antimozg. Czifrovyte tekhnologii i mozg [Anti-brain. Digital technology and the brain]*. Moscow: AST.

О. П. Антипова

## КОММУНИКАТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРНОЙ ЭРЫ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**Аннотация.** Доказано, что цифровизация как неотъемлемый атрибут информационной эры выходит за рамки чисто технологической отрасли и служит определяющим фактором трансформации характеристик социокультурного пространства, в частности коммуникативного взаимодействия. Обоснован амбивалентный характер коммуникативной парадигмы современной культурной эпохи в контексте цифровизации: с одной стороны, она предоставляет широкие возможности для ускоренного инфообмена, межкультурного взаимодействия, непрерывной трансляции сообщений, общения онлайн и пр., а с другой – обозначена многочисленными рисками, среди которых перенасыщение информацией, снижение уровня критичности восприятия инфопотока, «цифровое неравенство», навязывание контента, применение манипулятивных технологий. Доказано, что важным фактором преодоления данных и других проблем для построения оптимальной модели коммуникативного взаимодействия служит становление информационной культуры, способной сохранить традиционные и новые ценности и мировоззренческие установки, отвечающие вызовам глобализации.

**Ключевые слова:** коммуникация, цифровизация, информатизация, культура, информационное общество.

О. Antipova

## THE COMMUNICATIVE CHARACTERISTICS OF THE MODERN CULTURAL AGE IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

**Introduction.** The analysis of attributes of modern media landscape has shown the growing significance of the society digitalization. Today, this process extends beyond the purely technological field and serves as a core driver for the transformation of characteristics of the sociocultural space, primarily the communicative interaction. **The aim and tasks.** This article aims to analyze the communicative characteristics of the modern cultural age in the context of the society digitalization. **Research methods.** The methodological tools consist of the sociocultural approach, methodological principles of systematicity, and completeness. **Research results.** The digital model of world perception serves as a background for the deployment of a new communicative strategy, forming an environment for the formation of information culture as a new cultural type. **Discussion.** Results of the analysis of the communicative characteristics of the modern cultural age in the context of digitalization are adding to the conceptual achievements of theorists in the outlined issue and are jointly aimed at finding the optimal strategy for combating the challenges of globalization. **Conclusion.** The communicative paradigm of the modern cultural age in the context of digitalization is ambivalent. On the one hand, it provides ample opportunities for the accelerated information exchange, intercultural interaction via Internet platforms, continuous broadcasting and communication online, etc., and on the other hand, under these conditions, the communicative interaction is associated with numerous risks, including information overload, degradation of the critical perception of the information flow, "digital inequality", imposition of content, use of manipulative technologies, etc. An important factor in addressing these and other problems in creating an optimal model of communicative interaction is the formation of an information culture capable of preserving traditional and developing new values and worldview attitudes able to meet the challenges of globalization.

**Keywords:** communication, digitalization, informatization, culture, information society.