

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

**Комащенко І.І.**

*аспірант,*

*Київський національний університет*

*імені Тараса Шевченка,*

*Інститут журналістики*

### УСПІХ ЯК КАТЕГОРІЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Презентація інновації як результату науково-інноваційної діяльності передбачає реалізацію конкретних інформаційно-комунікаційних процесів на різних її етапах. Одним з таких процесів є перевірка успішності презентації наукового результату в інформаційному просторі за допомогою певних критеріїв. Саме перевірка успішності презентації надає можливість визначити повноту та доцільність інформаційного супроводу інновації в системі соціальних комунікацій та стверджувати про рівень його ефективності. На наш погляд, перевірка успішності є важливою, насамперед, для науковця як інноватора, оскільки дозволяє зрозуміти, які з комунікаційних моделей були використані в повному обсязі, а які залишились поза увагою, а також прослідкувати сприйняття соціумом інформації про інновацію.

Метою дослідження є визначити критерії перевірки повноти та адекватності представлення наукових результатів в інформаційно-комунікаційному просторі.

Говорячи про категорію успіху в контексті презентації наукових результатів варто чітко розмежовувати поняття «життєвого успіху» та «Соціального успіху». Дослідниця Мозгальова Н. Г. Розглядаючи психологічний аспект категорії успішно наголошує, що «з психологічної точки зору – це переживання стану радості, задоволення від того, що результат, до якого особистість прагнула у своїй діяльності, або збігся з її очікуваннями, або перевершив їх» [1, с. 15]. К. Мангейм у своїй роботі «Есе про соціологію знання» підкреслює, що у розумінні успіху варто враховувати його суб'єктивний (особистий успіх автора) та об'єктивний бік (успіх досягнення автора), які досить часто не є рівноцінними [4, с. 238], адже практика популяризації наукового досягнення без згадування його автора є, нажаль, досить поширеною.

Щодо ж соціального успіху, слід розуміти його «притаманність не будь-якому досягненню, але лише тому, яке отримало визнання з боку суспільства чи його частини, відповідно до колективних стандартів успішності та існуючих категорій сприйняття. Саме визнання у контексті «загальноприйнятих моделей осмислення успіху, запропонованих соціальним цілим» є неодмінним атрибутом соціального успіху» [2, с. 197]. Дослідниця А. Ярема наголошує що «соціальний успіх – це позитивний результат реалізації соціальних практик агента в певному полі діяльності по досягненню соціально значущих цілей легітимними засобами, який

супроводжується оцінкою з боку суспільства в формі схвалення чи визнання» [3, с. 277].

В контексті презентації інновацій категорію успіху слід розуміти як досягнення результату цілеспрямованої інформаційно-комунікаційної взаємодії, реалізації інформаційних потреб та комунікаційних стратегій представлення наукових результатів, що включає в себе як об'єктивний бік (успішність наукового результату як реалізованої інновації), так і суб'єктивний бік (успіх науковця як інноватора, його успішність в межах наукової спільноти). При цьому слід обов'язково розмежовувати успішність інновації як процесу (діяльності з впровадження наукового результату) та інновації як результату інноваційної діяльності, адже не завжди інформаційно-комунікаційна взаємодія учасників інноваційної діяльності призводить до кінцевого суспільного успіху блискучого наукового результату, водночас як і не завжди блискуча презентація інновації свідчить про рівень її суспільної значимості.

В ході дослідження комунікаційних моделей презентації інновацій ми виділили складові успішної презентації наукової розробки, що дають змогу стверджувати про повноту її представлення в інформаційному просторі та соціальних комунікаціях, а саме:

- власні публікації науковця в медіа;
- публікації медіа про науковця;
- публікації науковця в соцмережах, згадки про науковця та його розробку в публікаціях інших користувачів соціальних мереж, участь науковця в групах у соцмережах;
- публікації науковця в наукових виданнях;
- виступи на наукових конференціях, семінарах;
- участь у виставках інноваційних розробок та досягнень;
- співпраця з представниками сфери трансферу технологій, технологічних парків тощо (платформ для розвитку та поширення технології);
- залучення інвестування (фінансової підтримки бізнес-інкубаторів, системи грантів тощо).

Всі критерії є рівноцінними у відсотковому вираженні моделі, бо йдеться про презентацію результатів загалом для соціуму без виділення окремих частин, оскільки невідомими є пріоритети та інформаційні потреби соціуму, а саме що є важливішим: наукові статті чи власне способи і сфери використання розробки.

Оскільки в дисертаційному дослідженні комунікаційних моделей презентації інновацій ми виділяємо таких суб'єктів інноваційної діяльності, як представників науки, бізнесу та медіа, що є рівноправними учасниками процесу представлення соціуму наукових результатів, більш доцільним буде нижчеподане розуміння критеріїв перевірки успішності.

#### I. Сегмент наукової комунікації:

- публікації науковця в наукових виданнях;
- виступи на наукових конференціях, семінарах, круглих столах тощо;
- презентація шляхом безпосереднього спілкування в науковому колі.

## II. Сегмент бізнес-комунікації:

- співпраця з представниками сфери трансферу технологій, технологічних парків тощо (платформ для розвитку та поширення технології);
- участь у виставках інноваційних розробок та досягнень;
- залучення інвестування (фінансової підтримки бізнес-інкубаторів, системи грантів тощо).

## III. Сегмент медіакомунікації:

- публікації про науковця та його розробку в загальнонаціональних ЗМІ;
- публікації про розробку в науково-популярних ЗМІ;
- публікації на інформаційно-розважальних ресурсах.

## IV. Сегмент самопозиціонування:

- власні публікації науковця в медіа;
- публікації науковця в соцмережах;
- публікаційна активність в наукових групах у соцмережах.

Сегмент самопозиціонування є вкрай важливим в умовах сучасного інформаційного простору, адже нові комунікаційних середовища, такі як соціальні мережі, диктують абсолютно нові правила та алгоритми комунікаційної взаємодії. Таку комунікацію варто розглядати як окреме, але невід'ємне явище сучасної презентації наукових результатів.

Якщо хоча б один з вищезазначених критеріїв не реалізовується, то презентаційний потенціал використовується не в повному обсязі. В такому разі необхідним є врахування відсоткового співвідношення кожної з використаних моделей презентації інновацій і порівняти його з ідеальним відсотком її застосування (відповідно до кількості критеріїв). Відповідно, щоб визначити ефективність процесу презентації науковцем своєї розробки ми визначаємо для кожного критерію такі позиції:

- 1) неефективний (нема публікацій, публікації тільки у планах, немає відгуку н публікації);
- 2) задовільна ефективність (наприклад 50%, чи 1 тощо);
- 3) висока ефективність (90-100%).

Критерії оцінки успішності заходів з презентації інновації в сучасному інформаційному просторі є важливим інструментом для науковця та інноватора для відстеження рівня представлення наукового результату в системі соціальних комунікацій. Вищезазначені критерії дають змогу науковцеві встановити, які з його комунікаційних стратегій презентації інновації не були реалізованими частково чи взагалі, а отже й стверджувати про повноту інформаційного представлення наукового результату.

### Список використаних джерел:

1. Мозгальова Н.Г. Категорія успіху: психологічний аспект / Н.Г. Мозгальова // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 16. Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики: Збірник наукових праць / Ред. кол. Н.В. Гузій (відповідальний редактор) та ін. – Вип. 9 (19). – К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2008. – С. 11-15.
2. Прокофьев А.В. Плюрализация успеха: проблемы и парадоксы // Этическая мысль. Вып. 7 / Под ред. А.А. Гусейнова. М.: ИФРАН, 2006. – 342 с.

3. Ярема А. Соціологічний аспект сутності феномену успіху / Анастасія Ярема // Гуманітарні та соціальні науки: матеріали I Міжнародної конференції молодих вчених HSS-2009, 14–16 травня 2009 року, Львів, Україна / Національний університет «Львівська політехніка». – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – С. 275-277.
4. Mannheim K. Essays on the Sociology of Knowledge. – New York, 1952.

**Лебідь О.В.**

*викладач,*

*Вінницький обласний комунальний гуманітарно-педагогічний коледж*

## **ЕЛЕКТРОННІ АРХІВИ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та входження України до єдиного інформаційного простору стали причиною накопичення документів та інформаційних ресурсів з цифровими носіями. Тому перед архівістами постала проблема створення електронних архівів для зберігання такого виду інформації.

Досить важливо не лише забезпечити доступ до архівних документів через бази даних та читальні зали, а й надати інформацію про склад та зміст архівних фондів через глобальну мережу Інтернет.

Інформатизація архівної справи є комплексна система організаційних, науково-методичних і технологічних заходів, що забезпечують розробку на єдиних методологічних та методичних засадах взаємопов'язаних інформаційних технологій у галузі архівної справи, створення мережі локальних централізованих баз даних, формування національної архівної інформаційної системи [1, с. 235]. Процес інформатизації архівної справи в Україні було розпочато на початку 1990-х років зі створення архівних інформаційних ресурсів та локальних баз даних різних рівнів.

24 грудня 2000 року було створено Центр інноваційних технологій Державного комітету архівів України та відкрито офіційний сайт Державної архівної служби України, яка на сьогодні є потужним веб-порталом, доступ до якого можна отримати за адресою <http://www.archives.gov.ua>. Можна стверджувати, що розробники сайту мали на меті не лише для публікації новин архівної галузі, але й для надання інтелектуального доступу до документів Національного архівного фонду.

З 2000 р. Держкомархівом було розпочато створення електронної версії Центрального фондового каталога – Інформаційної системи «Центральний фондовий каталог» (ІС ЦФК), що інтегруватиме окремі сегменти фондових каталогів архівних установ України.

Найкращим проявом політичної волі на державному рівні щодо збереження електронних документів, електронних інформаційних ресурсів є створення у 2007 році Центрального державного електронного архіву України (ЦДЕА України).