

2. Спілка автоматизаторів змін. Концепція антикризового управління персоналом в умовах організаційних змін URL: <https://www.ebskiv.com/uk/kontseptsiya-antikrizovogo-upravlinnya-personalom-v-umovah-organizatsijnih-zmin/>
3. Зміна істотних умов праці URL: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/Зміна_істотних_умов_праці
4. HR під час війни. Як підтримувати та спрямовувати тисячі співробітників під час кризи. Кейси трьох великих українських компаній. URL: <https://forbes.ua/inside/hr-pid-chas-viyni-yak-pidtrimuvati-ta-spryamovuvati-tisyachi-spivrobitnikiv-pid-chas-krizi-keys-trokh-velikikh-ukrainskikh-kompaniy-21042022-5566>

Ключові слова: управління персоналом, зміни, HR в умовах війни, ментальне здоров'я.

Key words: personnel management, changes, HR in war conditions, mental health.

КАРЕТНА ОЛЬГА ОЛЕКСАНДРІВНА

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
доцент кафедри соціології, кандидат політичних наук, доцент*

КУЛЬТУРА ВІЗУАЛІЗАЦІЇ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Епоха змін культурних парадигм привела суспільство до трансформації візуальної мови, появи нових форм мистецтва. Сучасне мистецтво є наслідком перехідного періоду, для якого характерні наявність нових напрямків та вироблення неординарних принципів візуалізації. Сучасне покоління впливає на формування візуальної культури. Тим самим візуальна культура характеризується як рушійний стан між безліччю несумірних горизонтів.

Сьогодні вже неможливо уявити наше життя без таких технологічних засобів створення, відтворення та розповсюдження візуальної інформації, як телебачення, Інтернет, кіно, фото, відео. Завдяки сучасним технологіям та їх постійному розвитку, практично кожен має можливість знімати та транслувати зображення в мережі.

Візуальна комунікативна культура має комунікативний потенціал соціокультурного середовища. Вид міжособистісної комунікації, відбувається в двох напрямках, і передбачає два види взаємозв'язку пряму і зворотну. Візуальна комунікація, знаходиться під прямим впливом саме на зорове сприйняття, яке є односпрямованим і тимчасовим, що виражається в матеріальних і наочних формах різних сфер інформації. Даний напрямок візуальної комунікації покликане зорієнтувати індивіда до певних цінностей і сформувати нові культурні норми.

У соціальних мережах візуальний матеріал відіграє ключову роль в комунікації через простоту, легкість сприйняття, можливість передавати великий спектр емоції [1, с. 28].

Багато дослідників вважають, що саме візуальна інформація здатна в повному обсязі відобразити справжню, дійсність і при цьому заявляють, що суспільство поступово прощається зі світом тексту. Розвиток інформаційних технологій не залишає нам підстав для сумнівів у технічних можливостях нашого суспільства, але при цьому існує безліч суперечливих оцінок якості візуальної інформації на просторах Інтернету. Найчастіше ми можемо сказати, що масове виробництво зображень, які рухаються, у ЗМІ зайві і не завжди відповідають якості. Дуже багато зображень схожі, ракурси камери стандартні, багато банальних сюжетних ліній.

Велика «революція зображень», що розпочалась ще у другій половині XIX століття, вже у добу потужного впровадження Інтернету та цифрових можливостей медіа-сфери ініціювала особливу дослідницьку увагу кола наук. Зростаюча інтенсифікація виробництва і циркуляції образів протягом останніх півтора століть спровокувала на порозі XXI століття означення феномену «візуалізації», що стає домінантою сучасної культурної стратегії, як предмета теоретичного розгляду [2, с. 45–46].

Сучасні дослідники висвітлюють візуалізацію і як процес унаочнення (побудови візуального образу), що створює умови для візуального спостереження. Візуалізація, згідно з точкою зору С. М. Симоненко, може уявлятися як «здатність до продукування значної кількості візуальних ідей» [3, с. 29].

Ми можемо говорити про те, що особистий досвід людини в цифрову епоху багато в чому залежить не від образів об'єктивної реальності, а з образів, створених іншими людьми, з того, як бачать нас з іншого боку, якими нас представляє наше оточення.

Візуалізація – найважливіший етап в процесі аналізу даних. Він допомагає представити результати досліджень в простій і зрозумілій формі, найчастіше служить ключовим фактором для прийняття рішень в різних сферах діяльності. І хоча у багатьох візуалізація асоціюється виключно з лінійними графіками та таблицями, насправді це велика концепція, система передачі складних ідей, закономірностей і даних за допомогою візуальних образів [4, с. 162].

Д. Берн вважає, що: «Глядачі зупиняють погляд тільки на привабливому зображенні або зовсім новому образотворчому стилі, однак той факт, що ідея втілена завдяки, наприклад, комп'ютерним можливостям, не відразу спадає на думку» [5, с. 99].

Домінування візуальних образів у сучасній масовій культурі покликане орієнтувати на швидке поширення та обмін великого потоку інформації без особливого розумового навантаження. Тут ми можемо говорити, про те, що візуальні образи дозволяють нам почуватися частиною певного світу, ми можемо в одну мить з моделювати той образ, який потрібен нам в даний час, відчувати себе в цьому образі і позиціонувати себе у певному світі.

Принциповою особливістю сучасного суспільства і розвитку візуальної культури, полягає швидкому темпі зростання різних технологій

візуалізації, які породжують нові сегменти візуальної культури, і вимагають істотного оновлення традиційних форм культури.

Можна зробити висновки, що візуальна комунікація, покликана створювати та інтерпретувати сенси, визначаючи свій особливий рівень масової культури у повсякденному житті. В даному випадку візуальна культура виступає своєрідним елементом, що демонструє прагнення та потреби людини як певну форму самовираження.

Список використаних джерел:

1. Каретна О. О., Ігнат'єва І. І Візуальні фрейми військових конфліктів у соціальних мережах та засобах масової інформації. *Науковий журнал «Габітус»*, 2020, № 19. Одеса, 2020. С. 28–31.
2. Шинкаренко О. В. Етичні експлікації «візуального повороту» у сучасній культурі // Збірник наукових праць «Українські культурологічні студії» № 1(6)/2020 м. Київ, 2020. С. 45–49.
3. Марційчук Ю. І. Процеси візуалізації в культурі: сучасний дослідницький контекст. *Культура України*. 2013. Вип. 41. С. 29–36.
4. Тютюнник А. В. Технології візуалізації у світових дослідженнях. *Електронне наукове фахове видання «Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету»*. 2020. № 9, С. 161–168. URL: <https://openedu.kubg.edu.ua/journal/index.php/%20openedu/article/view/327>
5. Берн Д. Цифровое освещение и визуализация / Джереми Берн; пер. сангл. И. В. Берштейна. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 330 с.

Ключові слова: трансформація, візуалізація, технологічні засоби, візуальна інформація, суспільство, цифрова епоха, культура.

Key words: transformation, visualization, technological means, visual information, society, digital age, culture.

ПРОХОРЕНКО ЄВГЕНІЯ ЯКІВНА

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
доцент кафедри соціології, кандидат соціологічних наук, доцент*

МОЛОДЬ ЯК СУБ'ЄКТ ПОЛІТИЧНИХ ВІДНОСИН

На сьогоднішній день молодь розглядають з точки зору стратегічного ресурсу сучасного суспільства. Можна сказати, що молоді люди є і об'єктом, і суб'єктом певних суспільно-політичних механізмів перетворень. В одній із резолюцій Генеральної Асамблеї ООН зазначається: «молоді люди в усіх країнах є як основним людським ресурсом для цілей розвитку, так і головними провідниками соціальних змін, економічного розвитку і технічного прогресу» [1]. Молодь зазвичай вивчають як специфічну групу суспільства, яка характеризується соціально-психологічними особливостями, соціально-політичними інтересами,