

Татусько Дар'я Юріївна,

здобувачка вищої освіти юридичного факультету Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник:

Демичева Алла Валеріївна,

кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК НОВИЙ ТИП МЕДІА РЕСУРСІВ

У дослідженнях останніх років різко зростає увага до такого явища, як мережева комунікація, що стає об'єктом вивчення на різних рівнях і в різних планах: соціологічному, кібернетичному, політологічному, соціобіологічному, філософському, психологічному, лінгвістичному, культурологічному та інших. Такий дослідницький інтерес є цілком закономірним і логічним. В сучасному світі глобальна трансформація суспільства супроводжується проникненням інтернет-комунікації в усі сфери життєдіяльності соціуму, виникненням і розвитком якісно нового типу комунікативних структур і процесів, що володіють ознаками мережі. При наявності досить невеликих ресурсів будь-який користувач може включатися в життя майже безмежної кількості віртуальних спільнот. Зростає і частка людей, включених в активні форми соціальної поведінки в мережі. Цілком очевидно, що дані явища стимулюють переосмислення комунікативної природи соціальної реальності, сучасних змін у соціально-комунікативній сфері, місця і ролі комунікацій у розвитку суспільства.

У зв'язку з стрімким розвитком інформаційних та комунікаційних технологій сучасні медіа, тобто сукупність технологічних засобів і прийомів, які служать справі передачі інформаційного повідомлення в тому чи іншому вигляді, сьогодні можна поділити на два види – традиційні засоби масової комунікації та новітні, або нові. До традиційних медіа ми відносимо усі ті засоби масової комунікації, які існували та діяли ще до появи та широкого розповсюдження мережі Інтернет та існують і діють і сьогодні – це телебачення, преса, радіо. Нові медіа кидають виклик традиційним ЗМІ. Завдяки новітнім медіа здійснюється поширення інформації на величезну аудиторію, навіть на світовому рівні. Так, наприклад, портали громадянської журналістики, на яких свідки подій викладають новини, є дуже дієвою та популярною альтернативою пресі. Перевагою новітніх медіа перед традиційними є оперативність. Так, під час катастроф чи терористичних актів в мережі Ін-

тернет відео матеріали та статті з'являються набагато раніше, ніж на телебаченні, адже професійні журналісти просто не встигають підготувати професійний репортаж за таким коротким терміном. З часом традиційні ЗМІ, зокрема телебачення, почали адаптуватися до цих змін і використовувати аматорські відео-матеріали в новинах, провівши їх професійний аналіз перед публікацією. Тож новітні медіа – це термін, який охоплює появу різних видів цифрових, мережових, інформаційних та комунікаційних технологій другої половини ХХ сторіччя.

Різновидом нових медіа є соціальні медіа, до них ми можемо віднести соціальні мережі, блоги, підкасти, веб-сайти, Інтернет-форуми, Wiki-сервіси, відеохостинги, он-лайнві та мобільні продукти. Характерною рисою усіх соціальних медіа є те, що самі користувачі створюють контент. Наприклад, існують веб-сайти, на яких статті пишуться спеціально підготовленими журналістами, які займають певні посади та отримують заробітну плату за ці статті. У користувача сайту може бути можливість коментувати чи ставити оцінки статтям та публікаціям, проте він не може створювати їх. Такий сайт буде віднесений до новітніх медіа, але його не можна віднести до соціальних медіа, адже він не матиме головних характеристик соціальних медіа. Е. Тоффлер, відомий американський футуролог, виділив шість принципів та основних відмінностей засобів масової комунікації сучасності від традиційних медіа: інтерактивність (за своєю сутністю соціальні медіа орієнтовані на діалог між засобом комунікації та користувачем, або ж між самими користувачами); мобільність (мінікамера, нетбук, телефон); оборотність (можливість обміну інформацією, її легкий переклад з однієї форми в іншу); можливість взаємозв'язку (доступ до соцмедіа); повсюдність (розповсюдження нових ЗМІ по всьому світу та в усіх економічних шарах суспільства); глобалізація [3].

Інформація у соціальних медіа постійно перетворюється, трансформується та перероджується завдяки діям користувачів соціальних медіа-ресурсів. Передача інформації, її розгалуження, модифікація, створення нової на базі тієї, що існує, відбувається у просторі соціальних медіа шаленими темпами. Соціальні медіа є невичерпними. Можна сказати, що система соціальних медіа складається з безлічі елементів, що разом уможливають функціонування масштабних інформаційних платформ. У той же час кожен з елементів соціальних медіа як їх інструмент може розглядатися окремо від інших. Дискурс соціальних медіа характеризується демократичністю, оскільки текст принципово відкритий доповненню й навіть вимагає від свого споживача активного співробітництва. Демократичність дискурсу соціальних медіа підтверджується доступністю інформації в інтернет-середовищі, йдеться про широке трансляційне покриття аж до необмеженої кількості учасників, досяжність інформації.

Дискурс соціальних медіа передбачає діалогічність і полілогічність, постійний і повноцінний зворотний зв'язок, реалізований в нових комунікативних форматах, що визначає його демократичність. В результаті інтернет-

комунікація інтенсифікує міжособистісні відносини, що проявляється у соціалізації та консолідації як окремих індивідів, так груп і співтовариств в цілому, і сприяє реалізації інтеграційної функції соціальних медіа – формування колективної ідентичності через об'єднання авторів за життєвими позиціями й інтересами, цим самим перетворюючи соціальні медіа у «простір соціальної взаємодії», що сприяє формуванню громадянського суспільства. Тобто соціальні медіа використовуються в якості важливого комунікаційного каналу в суспільстві. З політичної точки зору соціальні медіа стають актуальними завдяки таким характеристикам: можливість здійснити соціальну, політичну, правову та агітаційну діяльність, яка містить механізми зворотного зв'язку; можливість для влади оперативно реагувати на запити виборців та громадян завдяки повідомленням, залишеним на ресурсах соціальних медіа; здатність впливати на політичні та соціальні процеси в суспільстві; можливість виділяти політичних лідерів; відкритий доступ до соціальних та політичних матеріалів, до адміністративних документів, які знаходяться на сторінках соціальних інтернет-ресурсів. Клей Ширкі, Говард Рейнгольд відзначають, що соціальні медіа є втіленням публічної сфери, інструмент втягнення людей до політичних процесів.

Зрозуміло, що далеко не весь користувацький контент є якісним, оригінальним, актуальним і суспільно корисним, швидше навпаки, проте інформаційні технології, демократизуючи процеси інфотворення, сприяють наповненню інформаційного простору новою (в тому числі, новою за якісними характеристиками) інформацією. Однак соціальні медіа можуть бути і інструментом для впливу та для маніпулювання громадянською думкою. Основним елементом такого маніпулювання та впливом на громадянську свідомість є відволікання людської уваги від політичних та економічних вагомих рішень та проблем малими та незначущими повідомленнями [1]. Часто такі маніпуляції громадянським суспільством здійснюються через створення паніки у людей фейковою інформацією аби вдало відвернути увагу від справді важливих проблем у країні чи світі. Також маніпулювання відбувається через видання недостовірної чи взагалі видуманої фейкової інформації, задля формування нової громадянської думки з певного питання. Цим процесом займається «жовта преса», що працює на замовника і розповсюджує аудиторії «дешеву» інформацію. Елай Парізер стверджує, що сервіси Web 2.0 не роблять політику прозоріше, але відкривають нові можливості для маніпуляцій та підміняють реальні дії «лайками» (політика постправди, «диванний активізм», «Twitter-революції», «пузир фільтрів» [2, с.14].

Особливо розвинулися «Twitter-революції», тобто масові революції та протести, які створюються і поширюються через популярну соціальну мережу Twitter. «Twitter-революції» містять в собі декілька функцій, зокрема об'єднувальну, поширювальну та інформаційну. Адже інформація про створення протесту, дата, час та місце його проведення поширюється соціальною мережею через «репост» чи повідомлення користувачами.

Таким чином, нові соціальні медіа стають важливим чинником формування громадянського суспільства. Водночас відкритість і принципова нецензурованість соціальних медіа створює умови як для проявів деструктивної поведінки учасників мереж, так і для цілеспрямованих маніпулятивних зовнішніх впливів.

Список використаних джерел:

1. Кравчук В. М., Дмитрусь О. А. Вплив ЗМІ на формування громадянської свідомості. URL: http://www.lsej.org.ua/6_2015/4.pdf
2. Степанов В.А. Социальные медиа в общественно-политических и культурных процессах: Лекция 3. Минск, 2018. URL: http://socmedia.by/wp-content/uploads/2018/09/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F3_%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0D0BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B0%D1%85.pdf
3. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. 312 с.

Титаренко Віта Володимирівна,
д.філос.н., ст.н.сп. відділу
(відділення) релігієзнавства
Інституту філософії
імені Г.С. Сковороди НАН України,
професор кафедри філософії
Київського університету
імені Бориса Грінченка

ВПЛИВ РЕЛІГІЙНОГО ФАКТОРУ НА ПРОЦЕС РОЗБУДОВИ «УКРАЇНСЬКОГО СВІТУ»: ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ

В категоріях сингулярності, сучасний український соціум після подій 2013–2014 років, анексії Криму, тимчасової окупації частини Луганської і Донецької областей перебуває в стані радикального збурення, із зміненням порядком речей і має шанс як перетворитися на щось позитивно інше, так і залишитися у цьому вимушено знайденому стані. Зважаючи на існуючі зовнішні загрози – військово-політичні, територіально-просторові, так і низку внутрішніх, ризик деструктивних змін в країні є залишається високим. Поза тим, Україна не позбавлена й потенціалу конструктивних змін.

Українська інтелектуальна еліта усвідомлює (а чи ж, змушена усвідомлювати), що час і ситуація сингулярності вимагають життєздатних і емпірично дієвих концептів, здатних об'єднати громадян країни (у їх етнічній, культурній, релігійній багатоманітній ідентичності), і вивести український