

SOCIAL COMMUNICATIONS

Сутнісні характеристики соціальних медіаплатформ в інформаційному суспільстві

Н. І. Білан

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

Paper received 07.01.2016; Accepted for publication 01.02.2016.

Анотація. У статті йдеться про роль соціальних медіаплатформ в інформаційному суспільстві. Проаналізовано соціальні медіа в інформаційному суспільстві, розглянуто відмінності нових медіа від традиційних засобів масової комунікації. Інформаційний простір суттєво залежить від типу медіаплатформ. Соціальні медіа можуть стати ефективним механізмом налагодження зв'язку між владою і громадянами. Соціальні медіаплатформи відіграють важливу роль у житті сучасної людини.

Ключові слова: соціальні медіаплатформи, соціальні медіа, інформаційне суспільство, комунікації, соціальні комунікації, інтернет.

Вступ. Інтернет є найбільш динамічно прогресуючим засобом комунікації, оскільки новітні засоби зв'язку дозволили об'єднати розрізнені комунікаційні системи у глобальну мережу, завдяки якій здійснюється транскордонний обмін інформацією у межах усієї планети. Саме Інтернет є однією з ознак переходу від індустріальної стадії розвитку цивілізації до інформаційної.

Інформатизація всіх сфер людського життя наприкінці ХХ-го початку ХХІ-го століття сприяла лише створенню і розвитку інноваційних способів подання, зберігання і пошуку інформації, а й формуванню нового соціокультурного та лінгвістичного середовища і реальності, що активно формується з розвитком мережі Інтернет. Для них характерна оперативність, полілогічність, персоналізованість і відсутність обмежень дає соціальним медіа істотні переваги та робить їх, водночас полем застосування маніпулятивних технологій [9].

Аналіз досліджень та публікацій. Розвиток інформаційного суспільства має складний характер, який потребує комплексного вивчення. Дослідники глобальних проблем З. Мосдорф, Л. Склер, Дж. Томас, Р. Бартон, Л. Пал, Дж. Фергюссон, Г. Бехманн, Г. Штрамайер відзначають такі важливі переваги комунікації, як універсальність інформації, здатність передавати знання через кордони, гнучкість і багатовимірність форм, використання в різних сферах та проширках суспільства.

Вагомий внесок у дослідження віртуальної комунікації, зокрема дослідження з соціальних медіаплатформ в інформаційному просторі зробили В. Іванов, М. Лукіна, В. Горовий, І. Вишневська, Л. Горюденко, С. Сибиряков, Н. Піпченко, С. Даниленко, М. Шваб, Л. Чуприна, Ю. Половинчак та ін.

Водночас можна зазначити, що аналіз минулої та сучасної наукової думки засвідчив відсутність комплексних досліджень у вітчизняній науці про соціальні медіаплатформи в інформаційному суспільстві, тому системний аналіз зазначеної проблематики є важливим для вітчизняної теорії та практики.

Мета статті – визначити концептуальні підходи до соціальних медіа платформ в інформаційному суспільстві.

Завдання статті – охарактеризувати сутнісні характеристики соціальних медіаплатформ в інформаційному суспільстві; розглянути функції соціальних медіаплатформ.

Методи дослідження. У статті використано описовий метод, метод порівняння та метод системного аналізу.

Результати та обговорення. Варто зазначити, що сьогодні під поняттям «нові медіа» науковці розглядають новітні медіа, цифрові медіа, інтерактивні медіа, комп'ютерно опосередковану комунікацію, інтернет-медіа, мережеві медіа тощо.

Вітчизняний дослідник В. Іванов стверджує, що комп'ютерні мережі повністю входять у межі масовокомунікаційних процесів. Новітні засоби зв'язку дозволили об'єднати розрізнені комунікаційні системи у глобальну мережу. Завдяки цьому людина отримала можливість обмінюватися інформацією в межах всієї планети, не звертаючи уваги на кордони і відстані [7].

Так, зокрема А. Данько-Сліпцова під поняттям «нові медіа» розглядає саме соціальні медіа, що останнім часом набувають все більшої актуальності. Авторка зауважує, що, наприклад, такі соціальні мережі, як ВКонтакте, Однокласники та Facebook, стали майданчиком для обміну новинами, платформами для заснування груп, організацій та медіа. Нові медіа – це інтерактивні медіа. Користувач виступає одночасно і читачем, й автором контенту он-лайн ресурсів. Нові – це медіа, які наділені новими характеристиками двосторонньої комунікації, а соціальні вони за характером – кожен може стати творцем контенту [6].

Посилаючись на дослідження Рассела Ноймана, дослідниця подає таке визначення нових медіа: це новий формат існування засобів масової інформації, постійно доступних на цифрових пристроях, у яких відбувається активна участь користувачів у створенні та розповсюдженні контенту [6].

Зокрема, вітчизняний науковець В. Горовий стверджує, що соціальні мережі є інформаційними комунікаціями. Саме на характер цих процесів впливає рівень розвитку технічного забезпечення засобів соціальної комунікації, комп'ютеризація основних видів діяльності сучасного суспільства, розвиток електронних інформаційних технологій.

Автор доводить, що в інформаційній сфері з удосконаленням зазначених технологій: не відчувається відстань, вплив кордонів, географічне місцезнаходження; відбувається вдосконалення оперативного керування інформаційними ресурсами: комплектування, структуризація, організація обслуговування користувачів, створено додаткові можливості для кооперації інформаційних ресурсів по горизонталі; створюється ефективне інформування про наявні інформаційні ресурси; забезпечується ефективний доступ до сучасної інформації практично всім категоріям суспільства; на базі розвитку суспільних інформаційних комунікацій розширено можливості використання всіх видів носіїв відповідно до запитів замовників, створено умови для продукування нової інформації представникам усіх соціальних структур суспільства; розроблено методики розвитку системи соціальних інформаційних комунікацій та методики ефективного застосування наявних інформаційних ресурсів в інтересах суспільного розвитку аж до їх використання для підтримки й розвитку творчого потенціалу сучасної людини [3].

Автор робить слушні висновки, що завдяки удосконаленням технологіям в інформаційній сфері, створюються різноманітні моделі спілкування, що, в свою чергу, становить особливу рису соціального розвитку у суспільстві [3].

Також В. Горюхов зосереджує увагу на тому, «що соціальні інформаційні комунікації як еволюційний механізм суспільного розвитку сприяють цьому розвитку у двох основних аспектах: шляхом удосконалення структури комунікацій, урізноманітнення їх, виходячи зі зростаючих можливостей технічних засобів; удосконаленням якості інформації, що циркулює в інформаційних комунікаціях, забезпеченням якомога більшої відповідності змісту цієї інформації наявним запитам, а також приведенням форми її подачі до наявних у користувачів можливостей обробки та використання» [3, с. 30].

Так, зокрема С. Сибириков зазначає, що нові форми комунікації держави і суспільства створюють передумови розвитку інститутів і організацій громадянського суспільства, які забезпечують нарощування соціального капіталу всіх учасників певної комунікації. Ефективність державного управління залежить від рівня соціального капіталу (зокрема рівня обміну ідеями та знаннями) державних службовців. Соціальний капітал державних службовців як інтегральна характеристика суспільства є властивістю системи соціально-професійної спільноти службовців і відображає її здатність у цілому ефективно функціонувати, реалізовувати цілі і завдання державного управління. В Україні соціальний капітал державних службовців та їх свідомість відстають від рівня розвитку суспільства [10].

Український дослідник С. Даниленко розглядає соціальні медіа як новий різновид громадянських політичних комунікацій, які об'єктивно перетворилися на важливі чинники соціалізації особистості в інформаційному суспільстві [5].

Не можна не погодитися з думкою Н. Піпченко про те, що соціальні медіа в Україні спроможні стати новою політико-комунікаційною технологією, яка

сприятиме формуванню громадянського суспільства та перетворенню інтернет-медіа на відкриті дискусійні майданчики з метою трансформації політичної реальності [8].

Натомість, Л. Чуприна у праці «Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив» подає практичні аспекти використання соціальних мереж у формуванні й розвитку громадянського суспільства, зокрема як інструменту реалізації громадських ініціатив. Дослідник розглядає взаємодію в мережевому середовищі органів державної влади та громадськості, роль інформаційно-аналітичних структур бібліотек у цих процесах [12].

Соціальні мережі, доводить автор, є унікальною платформою для консолідації різних груп суб'єктів на основі спільності їхніх інтересів, при цьому в результаті комунікативної взаємодії виникає масштабний синергетичний ефект. Дослідник зосереджує увагу на тому, що соціальні мережі сприяють структуризації комунікативного простору, створенню віртуальних співтовариств, які часто на практиці перетворюються на громадські об'єднання [12].

Посилаючись на дослідження Г. Кардозо, вітчизняний науковець Л. Чуприна наголошує на появі нового поняття простору, де фізичне і віртуальне впливає одне на одне, закладаючи підґрунтя для виникнення нових форм соціалізації і соціальної організації [12].

Автор стверджує, що громадянське суспільство, і соціальні мережі передбачають новий тип взаємодії різних індивідів у межах добровільних асоціацій для розв'язання суспільних проблем [12].

Так, на особливу увагу заслуговує дослідження І. Вишневської «Соціальні мережі як джерело підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів», де авторка доводить переваги соціальних мереж у порівнянні з традиційними засобами комунікації. Зокрема йдеться у праці про те, що соціальні мережі не лише поширюють інформацію, а й дають можливість одночасно коментувати, обговорювати її, набуваючи при цьому значення механізму зворотного зв'язку [2]. Не можна не погодитися з думкою дослідниці й про те, що для управлінської діяльності значний інтерес становлять обговорення актуальних питань політичного, соціально-економічного життя, проєктів, законів, реформ, діяльності державних і політичних осіб тощо. Авторка робить слушні висновки, що саме дослідження реакції в соціальних мережах дає зріз громадської думки з будь-якого суспільно значущого питання [2].

Автор статті розділяє думку дослідниці про те, що вплив соціальних медіаплатформ в інформаційному суспільстві зростає. Саме соціальні мережі є важливим джерелом інформації, що містить фактологічний, оціночний матеріал, який є необхідним і суттєвим для аналізу суспільно-політичних процесів, громадської думки з актуальних питань суспільного життя.

Натомість, у статті Ю. Половинчака «Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства» йдеться про потенціал соціальних медіа як простір формування та функціонування громадянського суспільства і досягнення суспільного консенсусу. Досліджуються

ризика деструктивних впливів на комунікації в мережі Інтернет у перехідному суспільстві [9].

Соціальні медіа охоплюють різні сервіси: соціальні мережі, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому абонентів, наприклад, Facebook чи ВКонтакте; блогосферу як сукупність блогів; мікроблогінг як засіб оперативного спілкування, гібридну форму медіа, що поєднує властивості служби миттєвих повідомлень, блогів, електронної пошти та соціальних мереж; відеохостинги, користувачі яких можуть додавати, продивлятися і коментувати відеозаписи та інші сервіси мережі [9].

Своєрідний підхід до розуміння соціальних медіа подає дослідниця М. Шваб, як важливого інструменту засобів масової інформації у діяльності молодіжних організацій. Після аналізу соціальних медіа, зокрема, таких як: блоги, мікроблоги (Twitter), соціальні мережі (Facebook, ВКонтакте), відеохостинги (Youtube), дослідниця робить висновки, що соціальні медіа є основним каналом комунікації серед молодого покоління [13].

На думку О. Федорової, соціальні мережі є новою складовою частиною засобів масової інформації, яких відрізняють специфічні якості інтернету: гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність та багатоканальність. Ці процеси формують нову медіа реальність [11]. Нові медіа, стверджує дослідниця, кардинально змінили всю медіареальність. Соціальні мережі, авторка розглядає як взаємодію між групою людей, що розділяють спільні інтереси, причому в соціальній мережі йде фільтрація інформації крізь коло спілкування. Інтернет-аудиторія бере інформацію у тих, хто їй подобається і кому вона довіряє [11].

Так, зокрема Б. Вахула доводить, що у сучасному світі комунікаційні технології накладають відбиток на суспільно-політичні процеси, спричиняються до появи нових механізмів масової мобілізації. Серед різноманіття цих новітніх технологізованих інформаційно-комунікативних систем значну увагу привертають соціальні медіа, які відіграють дедалі більшу роль у політичних і соціокультурних процесах сучасності [1].

Н. Піпченко зазначає, що соціальні медіа можуть стати ефективним механізмом налагодження зв'язку

між владою і громадянами, інструментом управління громадською думкою та засобом організації дій прихильників різних політичних, соціальних або культурних уподобань, що сприятиме майбутньому ефективному державному управлінню на всіх рівнях. Таким чином, використання соціальних медіа політичними акторами дозволяє підвищити їхню популярність, збільшити лояльність аудиторії до політичних рішень, сформувати атмосферу довіри цільової аудиторії та інтернет-спільноти. Для формування та підтримки позитивного образу українських політичних акторів у інтернеті необхідно: створити динамічні групи спілкування в соціальних медіа та розширити кількість їхніх послідовників через розробку індивідуального підходу до розвитку акаунтів та збільшення частоти розміщення замовлених блогерських публікацій про діяльність політичних акторів; удосконалити системи обміну інформацією між офіційним веб-порталом та акаунтами в соціальних медіа задля перетворення новинної інформації у мережевий формат, який потребує підтримки діалогу щодо активно обговорюваних тем та розміщення інформації у зрозумілому і привабливому форматі; сформувати інформаційний простір, цікавий для широкої аудиторії через підбір відомих онлайн-модераторів та експертів, які можуть знизити рівень негативних відгуків і чуток або частково їх нейтралізувати та створити позитивний інформаційний ланцюжок; розміщувати посилання на акаунти політичних акторів у соціальних медіа на веб-порталах та інших інформаційних майданчиках, що підвищать рівень взаємодії з аудиторією [8, с.247].

Можна цілком стверджувати, що інформаційний простір суттєво залежить від типу медіаплатформ. Соціальні медіаплатформи відіграють важливу роль у житті сучасної людини.

Висновки. Соціальні медіаплатформи виконують значну інформаційну функцію. Отже, розвиток і функціонування мережевих соціальних медіа впливає на формування політико-комунікативних процесів як усередині держави, так і за її межами. Також соціальні медіаплатформи можуть стати ефективним механізмом налагодження зв'язку між владою і громадянами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вахула Б. Соціальні медіа як механізм протестної мобілізації в сучасному українському суспільстві / Б. Вахула // Український соціум. – № 1 (52). – 2015. – С. 34 – 42 // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-1-2015/34-43.pdf>
2. Вишневецька І. Соціальні мережі як джерело підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – Вип. 41. – Київ, 2015. – С. 521-531.
3. Горовий В. Інформаційні комунікації в еволюції національного інформаційного простору // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – Вип. 41. – Київ, 2015. – С. 26 – 39.
4. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація? // Актуальні питання масової комунікації. – № 14. – С. 65 – 69. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/apmk_2013_14_15.pdf.
5. Даниленко С. Громадянський вимір комунікаційної революції. Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж : монографія / С. Даниленко. – К. : ІМВ, 2010. – 310 с.
6. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія // Освіта регіону. – № 1 – 2, 2014. – С. 80.
7. Іванов В. Регулювання діяльності комп'ютерних мас-медіа у сучасному світі / В. Іванов // Інформаційне суспільство. Шлях України. – № 1. – Київ, 2004. – С. 164 – 176.
8. Піпченко Н. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів : монографія / Н. Піпченко. – К. : Центр вільної преси, 2014. – 332 с.
9. Половинчак Ю. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства // Центр досліджень соціальних комунікацій // Електронний ресурс. – Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=446:sotsialni-media&catid=8&Itemid=350

10. Сибиряков С.О. Соціальні медіа як середовище архетипного впливу на масову свідомість / С. О. Сибиряков // Публічне управління: теорія та практика. – Вип. 1. – 2013. – С. 202 – 210. // Електронний ресурс. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pubupr_2013_1_34.pdf.
11. Федорова О. До питання про можливість застосування соціальних мереж у якості медіа // Електронний ресурс: <http://www.kymu.edu.ua/wsc/toms/10/145-147.pdf>
12. Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – Вип. 41. – Київ, 2015. – С. 54 – 69.
13. Шваб М. А. Соціальні медіа як інструмент позиціонування діяльності молодіжних неурядових організацій / М. А. Шваб // Грані. – № 11. – 2014. – С. 86-90. // Електронний ресурс. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Grani_2014_11_18.pdf

REFERENCES

1. Vakhula B. The social media as a tool of remonstrative mobilization in modern Ukrainian society / B. Vakhula // Ukrainian society. – № 1 (52). – 2015. – P. 34 – 42 // Digital resource. – Access mode: <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-1-2015/34-43.pdf>
2. Vyshnevskaya I. The social networks as a source of informational and analysis materials // The research papers of Vernadskiy's Ukrainian National Library. – Issue 41. – Kyiv, 2015. – P. 521-531.
3. Horovj V. Information communications in national informational sphere evolution // The research papers of Vernadskiy's Ukrainian National Library. – Issue 41. – Kyiv, 2015. – P. 26 – 39.
4. Horodenko L. The new media: journalism or communication? // The topical questions of mass communication. – № 14. – P. 65 – 69. – Access mode: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/apmk_2013_14_15.pdf.
5. Danilenko S. The civil measure of communicational revolution. Social communications modernization from a printing press to social networks: Monographs / S. Danilenko. – Kyiv. : IMB, 2010. – 310 p.
6. Danko-Sliptsova A. New media: history and typology // The regional education. – № 1 – 2, 2014. – P. 80.
7. Ivanov V. The computer mass media work regulation in the modern world. / V. Ivanov // The informational society. Ukrainian way. – № 1. – Kyiv, 2004. – P. 164 – 176.
8. Pipchenko N. The social media in the structure of the main international actors: Monographs / N. Pipchenko. – Kyiv: The Free Press Centre, 2014. – 332 p.
9. Polovinchak Ju. The mobilization and manipulative potential of social media discourse in the transitional society // The Centre of Social Communication researching // Digital resource. – Access mode: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=446:sotsialni-media&catid=8&Itemid=350
10. Sibirjakov S. Social media as the sphere of archetypical impact on collective consciousness / Sibirjakov S. // The public management: theory and practice. – Issue 1. – 2013. – P. 202-210. // Digital resource. – Mode access: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pubupr_2013_1_34.pdf.
11. Fedorova O. Revisited the possibility of social networks as media using // Digital resource. – Access mode: <http://www.kymu.edu.ua/wsc/toms/10/145-147.pdf>
12. Chupryna L. The social networks as an instrument of civic initiative realization // The research papers of Vernadskiy's Ukrainian National Library. – Issue 41. – Kyiv, 2015. – P. 54 – 69.
13. Shvab M. The social media as an instrument of positioning of non-government youth organizations activity / Shvab M. // The edges. – № 11. – 2014. – P. 86-90. // Digital resource. – Mode access: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Grani_2014_11_18.pdf.

The essential characteristics of the social media platforms in the information society

N. Bilan

Abstract. The article states about the role of the social media platforms in the information society. It has been analyzed social media in the information society and studied the new media differences from old communication media. Any information space essentially depends on the sort of media. Social media can be an effective tool for establishing dialogs and links between the government and citizens. Social media play a great role in modern people's life.

Keywords: social media platforms, social media, information society, communication, social communications, internet.

Сущностные характеристики социальных медиаплатформ в информационном обществе

Н. И. Билан

Аннотация. В статье рассматривается роль социальных медиаплатформ в информационном обществе. Проанализированы социальные медиа в информационном обществе, рассмотрена отличие между новыми медиа и традиционными средствами массовой информации. Информационное пространство существенно зависит от типа медиаплатформ. Социальные медиа могут стать эффективным механизмом налаживания связи между властью и гражданами. Социальные медиаплатформы играют важную роль в жизни современного человека.

Ключевые слова: социальные медиаплатформы, социальные медиа, информационное общество, коммуникации, социальные коммуникации, интернет.