

*О.М. Кошак, канд. наук з соц.комун., М.О. Шевченко  
(Національний авіаційний університет, Україна)*

## **Соціальні мережі та їх вплив на формування нового способу комунікації**

*У статті розглядається вплив соціальних мереж на соціалізацію людини в мережевому просторі та особливості комунікації за допомогою соціальних мереж. Також проаналізована специфіка комунікації в соціальних мережах.*

Згідно «Нового словника іншомовних слів», слово «комунікація» походить від латинського «communication», що мало широкий спектр значень: повідомлення, бесіда, зв'язок, розмова, сполучення тощо[1]. Якщо комунікацію розглядати як процес спілкування, то його учасників ми можемо сприймати як комунікантів. За визначенням з Академічного словника, ми знаємо, що комунікант – це особа, котра ініціює, проводить, підтримує або завершує процес спілкування (комунікації).

Актуальність дослідження соціальних мереж полягає в тому, що з розвитком технологій з'явилися нові способи комунікації – електронні засоби соціальної комунікації. Простіше кажучи, з технологічним процесом ми маємо новий спосіб комунікації – соціальні мережі, які вже вкоренились в наше життя і являють собою нову платформу для спілкування.

Використання Інтернету перестало бути чимось надзвичайним, тому соціальними мережами зараз користуються всі: як діти (приблизно з 14 років), так і дорослі (ця категорія вікових обмежень не має). В умовах карантину та війни люди все більше віддаляються від традиційного міжособистісного спілкування і замінюють на листування в електронному вигляді. А вже з 90-х років ХХ століття інформаційні комунікаційні технології більше й більше займають простору в нашому житті і нині є атрибутом буденності.

Питання комунікації у віртуальному просторі обумовлене тим, що віртуальний простір мережі Інтернет став координаційним центром соціальних зв'язків. Оскільки нині відпала потреба звертатись до друкованих джерел, або спеціалістів, для отримання нової чи потрібної інформації, то Інтернет, заповнив собою цю нішу. Він став не лише довідником, а й сполучником для комунікантів. Проблема питання соціальних мереж розкривається в тому, що зараз соціальні мережі стають конструктором спілкування в новому соціальному середовищі. Вони формують новий характер спілкування, оскільки соціальні мережі виступають новим інструментом для спілкування в мережі.

1990 рік стає переломним для всього світу, адже відтоді почалася епоха Інтернету. Сама мережа бере початок з 1969 року, проте такою як ми її знаємо зараз, вона стала у 1995 році – рік публікації новини в мережі від першого інтернет-видання. Інтернет не одразу став засобом медіа й комунікантом, адже був створений як засіб архівації даних та міжособистісної комунікації. Проте, вже у 2000-них все більше видань створюють веб-сторінки де дублюють матеріали, або додають нові. Починають з'являтися нові медіа: соціальні

мережі, особисті блоги та інтернет-видання, супутникове телебачення, відеогри тощо.

Мануель Кастельс в своїй книзі «Зародження мережевого суспільства» вивів поняття «мережеве суспільство», тобто суспільство в основу якого входить мережевий тип спілкування, який передбачає глобальний обмін інформацією [2]. В мережевому суспільстві індивід перестає жити виключно в медіасередовищі, а починає формувати власний погляд через доступ до опозиційних й критичних думок. В цей час особиста точка зору знаходить своє втілення на сторінках соціальних мереж, в особистих блогах, та поширюється за допомогою Інтернету. Цю тенденцію яскраво можемо спостерігати з початку 2000-х, коли періодичні видання почали переходити в електронний формат та почали з'являтися особисті сторінки й блоги в мережі Інтернет.

М. Кастельс стверджує, що отримання миттєвої інформації, нав'язаної мережевим середовищем, породжує в людей почуття свободи [2]. Залежність масової свідомості від невідконтрольних їй інформаційних впливів формує у свідомості прихильність домінуючій громадській думці. Суспільні ціннісні орієнтації та установки, піднесенні аудиторії медіа професіоналами через електронні ЗМІ та ресурси, стирають традиційні етнічні (та інші) особливості індивідів й соціальних груп, формуючи новий вид «масової людини» котра з часом втрачає самостійність. Соціолог стверджує, що лідери думок (актори, блогери тощо) створюють власну «журналістику», котра періодично повертає масову свідомість з площі символів до матеріальної реальності, що оперативно поставляє інформацію та створює ефект інформаційної бомби.

Тобто, соціальні мережі зараз виступають на перший план серед комунікаційних інструментів тому, що кожен індивід хоче бути причетним до інформаційного потоку, який поширюється мережею. Це зручний спосіб комунікації де комуніканти мають уявну близькість та стають уявними лідерами думки, якщо говорити про комунікацію в соціальних мережах як про комунікацію в нових медіа.

Якщо ж говорити про міжособистісну комунікацію в соціальних мережах, то вона виявляється мобільним засобом спілкування. Можна спілкуватись з близькими, займатись комерційною діяльністю та спостерігати за роботою інших людей невиходячи з дому, чи перебуваючи на іншому континенті. А також простежується така особливість як соціабельність – комунікативна риса людини, яка характеризується легкістю й невимушеністю в соціальних відносинах [3]. Так само й з феноменом довіри в мережі. Адже спілкування в соціальних мережах сприймається як з уявно близькими людьми – є можливість побачити й почути людину, що підсвідомо сприймається як фізична близькість.

Соціальні мережі є також інтерактивним засобом масової комунікації і такі соціальні мережі як Twitter та Facebook користуються неабиякою популярністю, за даними Pew Internet Research Center [4]. Результати досліджень Pew Internet Research Center показали, що соціальні мережі є корисними та ефективними інструментами соціальної взаємодії. Це все через те, комунікація в соціальних мережах формує такі наслідки:

- 1) Онлайн комунікація збільшує рівень довіри у комунікантів;

2) Користувачі соціальних мереж будують більш близькі стосунки з їхнім оточенням, враховуючи й коло спілкування яке було сформовано традиційним способом комунікації;

3) Користувачі соціальних мереж отримують більшу соціальну підтримку;

4) Користувачі соціальних мереж виступають активними учасниками соціального життя та соціального конструювання [5].

Як бачимо, соціальні мережі формують не лише мережеву громаду, але й громадянське суспільство. Вони вибудовують як соціальні, так і особистісні зв'язки які згодом поліпшують формування особистісних меж, поняття приватності й публічності в індивідів та полегшують подальшу соціальну комунікацію в традиційному «живому» спілкуванні.

Але, на відміну від традиційного спілкування, для комунікації в соціальних мережах характерним є більша експресія та емоційність. Все це через те, що анонімність та можливість самопрезентації породжують більшу впевненість та посилюють бажання «бути почутим» - це і призводить до підсилення експресивно-емоційного фону в комунікації за допомогою соціальних мереж. В свою чергу, це при призводить до подвійного сприйняття реальності: перше як реального середовища, а друге як реальне медіа середовище. Виходить, що при спілкуванні в соціальних мережах почуття довіри й соціалізація відбувається швидше, ніж за традиційної комунікації, але при цьому користувачі балансують між полюсами толерантності та агресії, адже як і в будь-якому середовищі можемо стикатися як з позитивними, так і з негативними інформаційними повідомленнями, через посилену емоційність.

Проаналізувавши наведені дані, можна також сказати, що спілкування в соціальних мережах – це новий поштовх для заміни усталених способів комунікації, адже вони постають новими формами соціалізації. Соціальні мережі як медіатор комунікації розкривають свою мультимодальність – тобто, за комунікації задіяні декілька способів спілкування, в даному випадку це спілкування в усній та письмовій формах, за допомогою жестів й візуальних образів. Ця мультимодальність забезпечує ефективність комунікаційних процесів в тому плані, що робить спілкування більш доступним та функціональним й виводить процес електронної комунікацій на новий рівень соціалізації.

Отже, підводячи підсумок можна сказати, що комунікація в соціальних мережах зазнала модифікацій та набула нових характеристик, таких як: соціабельність, підвищений емоційно-експресивний фон, мультимодальність тощо. Ці характеристики розвинулись в ході технологічного процесу та сформувались й стали усталеними в нашому житті так само як і формування критичної думки в інформаційному потоці. Одним з вагомих науковців котрі досліджували комунікацію став Мануель Кастельс, який помітив модифікацію комунікації в мережі Інтернет одразу з її виникненням. Це є значущим аспектом в дослідженнях, адже допомогло виявити вплив соціальних мереж на комунікантів.

## Список літератури

1. Новий словник іншомовних слів: близько 40 000 слів і словосполучень / Л. І. Шевченко, О. І. Ніка, О. І. Хом'як, А. А. Дем'янюк; за ред. Л. І. Шевченко. – К. : АРІЙ, 2008. – 672 с.
2. Castells, M. «The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture» URL: [https://urb.bme.hu/wp-content/uploads/2014/05/manuel\\_castells\\_the\\_rise\\_of\\_the\\_network\\_societybookfi-org.compressed.pdf](https://urb.bme.hu/wp-content/uploads/2014/05/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.compressed.pdf) (дата звернення 31.08.2022)
3. Коган К.М. «Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища» URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/6197?show=full> (дата звернення 13.09.2022)
4. Mason Walker & Katerina Eva Matsa «News Consumption Across Social Media in 2021». URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/09/20/news-consumption-across-social-media-in-2021/> (дата звернення 13.09.2022)
5. Костирев А.Г. «Соціальні мережі як чинник формування нового демократичного порядку» URL: <http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/> (дата звернення 12.09.2022)