

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Ярова А.В.

студентка,

Науковий керівник: Гребньов Г.В.

заслужений журналіст України, старший викладач,

Київський національний університет культури та мистецтв

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ НОВІТНІХ МАС-МЕДІА НА СУСПІЛЬНУ СВІДОМІСТЬ

За даними одного з останніх соціологічних опитувань, проведених аналітичним центром Юрія Левади, щоденно/практично щодня користуються Інтернетом 56% опитаних респондентів. Цей факт говорить про те, що Інтернет не просто повністю увійшов у наше життя як невід'ємний елемент, але навіть став часом заміною традиційних засобів масової інформації (друкованих журналів, газет, телебачення та радіо). Замість традиційних ЗМІ нині широку популярність набувають «нові ЗМІ», «нові медіа» які є динамічною мережевою освітою, що включає себе не тільки збір, обробку та розповсюдження інформації, а й функцію зручного зворотного зв'язку між аудиторією та автором, а також здатність пов'язувати людей один з одним та обмінюватися величезним обсягом даних (соціальні мережі, інтернет-блоги, мікроблоги і т.д.).

Термін «нові медіа», що використовується як синонім терміна «цифрові медіа», вказує на відміну від цифрових медіа від аналогових, «старих», традиційних, підкреслює революційність змін, які у медійної сфері.

Нові ЗМІ – широкий термін, який з'явився наприкінці ХХ століття, щоб охопити об'єднання традиційних ЗМІ, таких як фільм, зображення, музика, вимовлене та написане слово, з інтерактивною владою комп'ютерної технології та комунікаційних технологій, дозволених комп'ютером споживчих пристроїв та, що найбільш важливо, з Інтернетом.

Соціальні медіа стали невід'ємною частиною сучасного суспільства. Існують такі соціальні мережі, де зареєстрованих користувачів більше, ніж населення багатьох країн. Є сайти для завантаження фотографій, відео

файлів, сервіси змін статусу, сайти для зустрічі з новими людьми та знаходження старих друзів.

Соціальні засоби масової інформації надає користувачам мережі Інтернет можливість швидко та легко викладати свої медіасюжети під власними іменами. Соціальні медіа запропонували своїй аудиторії, багато в чому розчарованій у традиційних ЗМІ, принципово нові інструменти взаємодії та участі. Для того щоб опублікувати свій текст, вже не треба було працювати в редакції газети чи журналу, мати специфічними знаннями та навіть талантом – Інтернет відкрив широкі можливості для молодих авторів.

Розвиток «нових ЗМІ» нерозривно пов'язаний з інформаційними революціями. Наразі сталося кілька хвиль інформаційних революцій. Перша хвиля пов'язана з виникненням писемності на зорі давніх цивілізацій, коли з'явилася можливість зберігати будь-яку інформацію на матеріальному носії (пергамент, папір).

Друга хвиля стала результатом створення друкованого верстата Йоганном Гутенбергом у XV столітті, що дало унікальну можливість випуск масового інформаційного продукту.

Третя хвиля інформаційної революції ознаменувала поява у світі людини таких феноменів, як радіо та телебачення. Як четверта хвиля інформаційної революції у світі сьогодні багато хто називає виникнення в нашому житті глобальної мережі Інтернет, що підготувало ґрунт та всі умови для розвитку «нових медіа».

У свою чергу, паралельно з розвитком «нових ЗМІ» з'явилася концепція Web 2.0, яка передбачала активне використання, у тому числі технологій «нових ЗМІ». Одним з найбільш успішних та популярних у мережі Інтернет прикладів «нових медіа» можна вважати інтернет-енциклопедію «Вікіпедія».

Найбільш показовий приклад переходу від концепції Web 1.0 до концепції Web 2.0.

Одним із перших прикладів того, коли «нові ЗМІ» стали інструментом військового протистояння, є грузино-південноосетинський конфлікт 8–12 серпня 2008 року, так звана «п'ятиденна війна». Після цього була «арабська весна», де «нові ЗМІ» були основним інструментом протистояння в ході антиурядових заворушень на Близький Схід.

Також вважаю за необхідне навести як приклад дані інтернет-сервісу «Google блоги», згідно з яким тільки за період з 10 по 15 жовтня 2013 року у зв'язку з громадськими заворушеннями в одному з районів м. Москви

на просторах мережі Інтернет з'явилося понад 33 700 записів із тегом «зворушення у Бірюльово». Для порівняння можна навести дані про грузинсько-південноосетинський конфлікт, який стався у серпні 2008 року. Тоді за період з 8 по 12 серпня 2008 року мережі Інтернет, за даними того ж таки інтернет-сервісу, з'явилося близько 4500 записів з тегом «Збройний конфлікт 2008». Наведені цифри говорять самі за себе про, безумовно, зростаючу за останні роки роль і популярність такого виду «нових ЗМІ» як інтернет-блоги.

Таким чином, з одного боку, сучасна людина віддає перевагу мережному спілкуванню живого; Інтернет займає більшу частину його життя, що призводить, на наш погляд, до деякої деградації, а саме: люди менше читають, рідше ходять до бібліотек, театрів, музеїв і згодом це все призводить до зниження рівня розумового процесу та розумового розвитку.

З іншого боку, «нові ЗМІ» дозволяють дуже швидко та оперативно порівняно з традиційними ЗМІ обмінюватися великим обсягом інформації; у мережі Інтернет іноді можна отримати доступ до інформації раніше, чим її транслюватимуть по телебаченню, дивитися телепередачі повторно, знайти потрібну інформацію та людей.

Підсумовуючи все вищесказане, можна зробити кілька невеликих висновків:

- «нові ЗМІ» завоювали свою аудиторію за відносно невеликий період та продовжують збільшувати її й у час;
- розвиток «нових ЗМІ» розширює можливості доступу суспільства до інформації, збільшується швидкість її поширення;
- у зв'язку з останніми революціями (Єгипет, Лівія, Сирія) зростає роль комп'ютерних технологій у сфері державного політичного управління;
- завдяки використанню «нових ЗМІ» спрощується завдання мобілізації населення з метою вчинення ним конкретних дій (Організація масових громадських виступів, страйків тощо);
- з розвитком «нових ЗМІ» збільшується відповідальність політиків, державних службовців за прийняті ними рішення та скоєні діяння, оскільки це може спричинити за собою бурхливе обговорення в мережі Інтернет і, згодом, перенестися на вулицю у вигляді суспільних заворушень;
- з іншого боку, «нові медіа» – це втілення одного із принципів демократії – плюралізму;

– нині «нові медіа» користуються популярністю у молодого покоління більше, ніж у старшого, старше покоління віддає перевагу традиційним засобам масової інформації.

Список використаних джерел:

1. Бухатий О., Радченко О., Головченко Г. Україна медійна: на порозі інформаційної революції : монографія. Київ : Панасенко [вид.], 2015. 207 с.
2. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Москва : Рефл-бук ; Киев: Ваклер, 2000. 576 с.
3. Судакова В. М. та ін. Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір : монографія. Київ : Інститут культурології НАМ України, 2017. 351 с.
4. Галіч Т. О. Соціальні мережі Інтернет як агент соціалізації молоді. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління*. Збірник наукових праць. Донецьк, 2014. Т. 15. Вип. 281. С. 250–256.