

УДК 316.77:004.738.5

Анісімова Ольга Миколаївна,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри інформаційних систем управління
Донецького національного університету імені Василя Стуса
anisimova.o.m@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-8016-9361>

Денисова Катерина Олегівна,
магістр кафедри інформаційних систем управління
Донецького національного університету імені Василя Стуса
katerina.denisova.2395@gmail.com
orcid.org/0000-0002-8016-9361

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇХ РОЗВИТКУ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

Мета роботи. Дослідження пов'язане з аналізом основних тенденцій розвитку соціальних комунікацій в Україні та виокремленням четвертого рівня інтерактивності в соціальних інтернет-комунікаціях. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні методів аналізу і синтезу. Використаний методологічний підхід дозволяє розкрити та піддати аналізу соціальні комунікації та тенденції їх розвитку в українському Інтернет-просторі. **Наукова новизна** роботи полягає у тому, що вперше виокремлюються особливості рівнів інтерактивності в соціальних комунікаціях інтернет-простору. Проведено аналіз існуючих тенденцій розвитку соціальних комунікацій в інтернеті. Виділено новий рівень інтерактивності в українських соціальних інтернет-комунікаціях. **Висновки.** Український інтернет-простір характеризується як позитивними, так і негативними тенденціями розвитку соціальних комунікацій. Основними напрямками розповсюдження соціальних комунікацій в українському інформаційному інтернет-середовищі є соціальні мережі, ЗМІ, блоги та інформаційно-комунікаційні джерела, що характеризуються багаторівневою інтерактивністю та індивідуальним підходом до реципієнту.

Ключові слова: соціальні комунікації, інтернет-простір, інтерактивність, інформаційні технології, соціальні мережі.

Анісімова Ольга Николаевна,
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры информационных систем управления
Донецкого национального университета имени Василья Стуса

Денисова Екатерина Олеговна,
магистр кафедры информационных систем управления
Донецкого национального университета имени Василья Стуса

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ ИХ РАЗВИТИЯ В УКРАИНСКОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Цель работы. Исследование связано с анализом основных тенденций развития социальных коммуникаций в Украине и выделением четвертого уровня интерактивности в социальных интернет-коммуникациях. **Методология исследования** заключается в применении методов анализа и синтеза. **Использованный методологический подход** позволяет раскрыть и подвергнуть анализу социальные

комунікації і тенденції їх розвитку в українському Інтернет-пространстві. **Научна новизна** роботи заключається в тому, що вперше виділяються особливості рівней інтерактивності в соціальних комунікаціях інтернет-пространства. Проведен аналіз існуючих тенденцій розвитку соціальних комунікацій в Інтернеті. Виділен новий рівень інтерактивності в українських соціальних інтернет-комунікаціях. **Висновки** Українське інтернет-пространство характеризується як позитивними, так і негативними тенденціями розвитку соціальних комунікацій. Основними напрямками розповсюдження соціальних комунікацій в українському інформаційному інтернет-середі являються соціальні мережі, СМІ, блоги і інформаційно-комунікаційні джерела, характеризуються багаторівневою інтерактивністю і індивідуальним підходом до реципієнта.

Ключові слова: соціальні комунікації, інтернет-пространство, інтерактивність, інформаційні технології, соціальні мережі.

Anisimova Olga,

Doctor of Economics, Professor,
Department of the Information Systems Management,
Vasyl` Stus Donetsk National University

Denysova Kateryna,

Master's, Department of the Information Systems Management,
Vasyl` Stus Donetsk National University

sociAl communicAtions And their deVelopment trends in the uKrAiniAn internet spAce

Purpose of the article *The research is related to the analysis of the main trends in the development of social communications in Ukraine and the identification of the fourth level of interactivity in social Internet communications. The methodology of the study is to apply the methods of analysis and synthesis . The methodological approach used allows to reveal and analyze the social communications and their development trends in the Ukrainian Internet space. The scientific novelty.* *The scientific novelty of the work is that for the first time the features of levels of interactivity in social communications of the Internet space are singled out. An analysis of existing trends in the development of social communications on the Internet is conducted. A new level of interactivity in Ukrainian social Internet communications is highlighted. Conclusions.* *The Ukrainian Internet space is characterized by both positive and negative trends in the development of social communications. The main areas of dissemination of social communications in the Ukrainian information Internet environment are social networks, mass media, blogs and information and communication sources characterized by multilevel interactivity and an individual approach to the recipient.*

Key words: social communications, internet-space, interactivity, information technologies, social networks.

Актуальність теми дослідження. Незважаючи на те, що соціальні комунікації завжди були необхідними для ведення бізнесу, швидке розповсюдження комунікаційних інтернет-технологій змінює бізнес-моделі та стимулює розповсюдження інновацій не тільки в економіці, але й відкриває широкі комунікаційні можливості в нових сферах діяльності.

Метою дослідження є детальний огляд та аналіз основних тенденцій розвитку соціальних комунікацій в українському інтернет-

просторі і виділення четвертого рівня інтерактивності в соціальних інтернет-комунікаціях.

Постановка проблеми. Сектор соціальних комунікацій є важливим стимулом розвитку для економічної та соціальної діяльності українців. Інтернет-технології разом із соціальними комунікаціями торкаються і трансформують життя українського суспільства, тож спостереження тенденцій їх розвитку мають безпосередній вплив на багатоскладові аспекти функціонування соціуму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематика соціальних комунікацій та тенденцій їх розвитку в українському Інтернет-просторі є досить актуальною і знайшла своє відображення в працях українських науковців. Соціальні комунікації як чинник формування комунікативного Інтернет-середовища освітлені в працях Н. Білан [1]; дослідження виокремлення людини в контексті Інтернет-комунікації було проведено Г. Остапенко [2]; Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу був розглянутий М. Сидоровим [3]; концептуальні підходи до семантики терміну «соціальні комунікації» було виділено О. Холодом [4]; особливості сучасної теорії комунікаційних технологій розглянуті у працях Т. Коміної [5].

Невирішені аспекти проблеми. Наразі інтернет є одним із найпотужніших інструментів розповсюдження та розвитку соціальних комунікацій, тож його глобальні інструменти мають неабиякий вплив на процеси, що відбуваються в українському суспільстві. Таким чином, розвиток інтернет-технологій є швидкозростаючою та невід'ємною частиною прогресування соціальних взаємовідносин, а також ключовим аспектом визначення майбутніх глобальних тенденцій в соціальних комунікаціях. Одним із невирішених аспектів даної проблеми є потенційний вплив Інтернету і комп'ютерних повідомлень на природу і якість соціальної взаємодії.

Інформаційні технології та інтернет стали одним з найважливіших досягнень сучасного суспільства. Вони здійснюють революцію в повсякденному житті людини (наука, освіта, інформація, розваги тощо), усуваючи відстані та пропонуючи негайний та легкий доступ до інформації та соціальної комунікації. Завдяки постійному розвитку нових технологій користувачі інтернету можуть спілкуватися в будь-якій точці світу, робити покупки в інтернеті, використовувати його як освітній інструмент, працювати дистанційно та здійснювати фінансові операції з різними послугами, що пропонуються банками. Безмежні можливості, пропоновані інтернетом, диктують тенденції розвитку соціальних комунікацій в українському суспільстві [1, 45].

Сектор соціальних інтернет-комунікацій широко включає наступні види діяльності (та їх галузі):

- телекомунікаційні послуги (як фіксовані, так і бездротові) разом з основною інфраструктурою, необхідною для надання цих послуг;

- наземне мовлення, в тому числі телебачення і радіо безкоштовно, а також платне телебачення;

- виробництво та розповсюдження контенту, включаючи фільми, телебачення та ЗМІ;

- Інтернет-видання, трансляція та пошук в Інтернеті;

- поштові та банківські послуги [2, 42]

Людину часто розглядають як «соціальну істоту». Тому не дивно, що інтернет постійно трансформується з простого інструменту для публікації інформації до засобу соціальної взаємодії та участі. Однією з ключових тенденцій розвитку соціальних комунікацій в українському інтернет-просторі є соціальні мережі, що набувають швидкого розповсюдження серед українців з кінця ХХ століття. Соціальні мережі характеризуються як онлайн-сервіси, які дозволяють індивідам створювати загальнодоступний профіль у межах закріпленої чистої системи. Крім того, користувачі публікують список інших користувачів, з якими поділяють з'єднання, переглядають та обмінюються власні списки з'єднань та ті, які створені іншими користувачами в системі.

Соціальні мережі – це високо розповсюджене технологічне явище ХХІ століття. Веб-сайти соціальних мереж дозволяють кожному користувачеві створювати персональний веб-сайт, використовуючи графіку, колір, музику, фотографії та унікальний персонаж. Ця діяльність особливо популярна серед молоді та не потребує спеціальних технічних знань. На цих веб-сайтах користувачі через свій віртуальний профіль працюють інтерактивно з іншими користувачами, публікують фотографії та відео, об'єднуються в групи спільних інтересів, публікують та обмінюють свої художні твори, відвідують сторінки інших користувачів та використовують різні програми. Інтернет є потужним інструментом у наших руках, але, якщо він не використовується належним чином, може поставити когось у дуже ризиковану ситуацію. Завдання інтернету полягає в тому, щоб бути в змозі розпізнати потенційні небезпеки, вміти

запобігати ризикам і створювати варіанти для їх уникнення та припинення.

Соціальні мережі – це сукупність взаємодій та відносин. Цей термін також використовується сьогодні для опису веб-сайтів, які дозволяють інтерфейсу між користувачами, які діляться відгуками, фотографіями та іншою інформацією. Найвідоміші з цих веб-сайтів – Facebook, Twitter, Skype, OoVoo, LinkedIn, Tumblr, YouTube [2, 22-23]. На принципах функціонування зарубіжних соціальних мереж мають тенденції розповсюдження і українські інструменти соціальних комунікацій – такі як GoBeside (українська геолокаційна соціальна мережа. Доступна на мобільних платформах Android та iOS), соціальні мережі «Друзі», ukrface.com.ua, odnogrpniki.com.ua, politiko.ua, usw.com.ua (мережа «Українські науковці у світі»).

Наступною важливою тенденцією є соціальні комунікації через ЗМІ, виступають не лише розважальним інструментом, але й інформаційним. Для деяких – це спосіб втекти від реальності, а для інших – це віртуальна реальність. Знищення масової комунікації відбувається з персональними параметрами конфігурації онлайн-засобів масової інформації та служб.

Пасивний односпрямований спосіб споживання засобів масової інформації замінюється поняттям активного користувача, який вивчає зміст і навігацію інформаційних простору. Користувачі також стають виробниками контенту в багатьох веб-середовищах, переважно в соціальній мережі [3, 15].

Процес спілкування в реальному сценарії орієнтований на користувача: користувачі мають право вибрати, вирішувати, шукати, визначати та налаштовувати, підписувати або скасовувати підписку, коментувати і, найголовніше: писати, розмовляти та фільмувати. Само-носій, нанорозмірна реклама або тонкі носії – це нові імена стратегії тих користувачів, які вирішили стати ще більш активними та почати роботу з низькопрофільних цифрових засобів масової інформації.

Простір для друкованих засобів масової інформації та часу для медіа-мов перестали бути обмеженням до змісту, і тепер час нового користувача є новим обмеженням ресурсом.

Одним із вагомих комунікаційних ефектів є той, коли читач стає письменником, тобто

має місце розповсюдження онлайн-інформації без чіткого визначення авторського джерела та неоднорідності якості вмісту. Переповнення інформації вимагає нових навичок та інструментів для управління даними, новинами та думками, що і визначає розвиток соціальних комунікацій в інтернеті [4, 5-6].

Поширення соціальних комунікацій в інтернеті – це адаптація до користувачів, що отримала розповсюджене поняття – «індивідуальний підхід». Парадигма мовлення від одного до багатьох односторонніх дистрибутивів замінюється: створюється багато посилань для одного доступу і багато посилань для масових соціальних комунікацій. Архітектура клієнта-сервера інтернету заснувала нову модель на основі рішень користувачів. Такий засіб комунікацій означає шукати, переміщатися, переглядати, вирішувати, з'єднуватися та спілкуватися, робити перегляди медіаконтенту в індивідуальному порядку за особистими соціальними потребами [4, 8].

Українські інтернет-ресурси пропонують способи особистого підходу, що базується на пошуку ключових слів, найбільш привабливих для інтернет-користувачів. Межі та строки є виразниками цього особистого способу пошуку контенту, а тривалі спроби контекстної реклами показують, як змінилася стара динаміка соціальних комунікацій в українському інтернеті: «МОЇ щоденні відвідування», «МОЯ домашня сторінка», «МОЇ уподобання» [5, 11].

Не менш важливою тенденцією поширення та розвитку соціальних комунікацій в інтернет-просторі є перехід до інтерактивного інтернету. Той факт, що контент-провайдери та користувачі мають доступ до одного каналу для спілкування, дозволяють користувачам встановлювати двосторонні відносини з медіа, а також багатосторонні відносини з іншими користувачами системи. По-друге, за таким самим правилом користувачі можуть стати постачальниками контенту [6, 19-20].

У новому середовищі користувач має можливість вибирати варіанти вмісту та визначати час доступу, але інтерактивність також означає здатність змінювати аспект вмісту, створювати контент для системи та спілкуватися з іншими користувачами [7, 14].

Перший рівень інтерактивності пов'язаний з можливістю для користувача вибору формату відображення інформації (інтерфейс браузера та навігації).

Другий рівень інтерактивності – це можливість для користувача створювати вхідні дані для системи. Цей внесок може бути співавтором, написанням коментарів, відповідями до пулів та тестів, публікацією новин тощо.

Третій рівень інтерактивності пов'язаний з можливістю для користувача спілкуватися з іншими користувачами системи в режимі реального часу або затримки [8, 34].

Враховуючи швидкість впровадження інформаційних технологій в соціальне життя

українського суспільства, існують підстави виділити четвертий рівень інтерактивності – це можливість максимально прозорої соціальної комунікації між громадянином та державними установами, взаємодія на всіх рівнях управління. Така взаємодія включатиме в себе три вищеперерахованих рівня інтерактивності: формат вибору приведених даних на сайтах державних установ; можливість створювати власні особисті кабінети та в режимі реального часу, проводити соціальні комунікації зі співробітниками державних установ в режимі реального часу (рисунком 1).

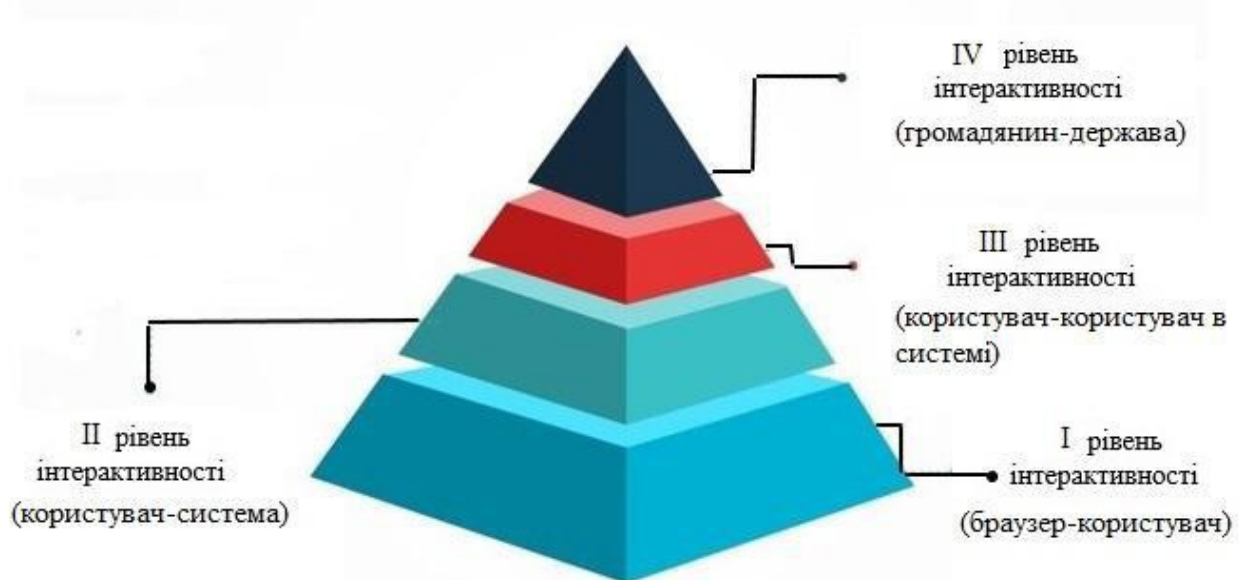


Рисунок 1 - Рівні інтерактивності соціальних комунікацій в українському Інтернет-просторі

Проте, окрім багатьох позитивних тенденцій розвитку соціальних комунікацій в інтернет-просторі, слід виділити також декілька негативних.

Широке поширення соціальних комунікацій в інтернеті має як внутрішні, так і зовнішні ефекти для користувачів. Внутрішній результат – це психологічний та емоційний сектор та проблеми особистості, на фоні яких можуть виникнути, наприклад, зниження психологічного добробуту [9, 19-20]. Зовнішній вплив посилюється на функціональність користувача та проблеми, пов'язані зі зменшенням активності в ре-

альному житті та мінімальною або неіснуючою взаємодією із соціальним середовищем. Надмірне використання інтернету може призвести до поганих стосунків з друзями та сім'єю, браком інтересу до повсякденного життя та зневагою до внутрішніх, академічних, професійних та інших обов'язків, які поступово призводять до зниження якості життя [10, 41].

Відповідно до цього все більше фахівців з соціальних комунікацій та психічного здоров'я працюють з людьми, які мають проблеми, пов'язані з поганим чи надмірним використанням Інтернету. В даний час організовані бага-

тосторонні зусилля, спрямовані на вирішення соціальних та психологічних ефектів інтернету на глобальному та національному рівнях, що здійснюються державними та приватними органами. Кампанії, дискусії в школах, рекламні кампанії в засобах масової інформації, семінари для інформування та роз'яснення батьків та вчителів щодо безпеки інтернету. Також соціальні комунікації в інтернеті стають платфор-

мою для шахрайства, азартних ігор, кібернетичних пригодах, комп'ютерних нападах та кібер-догляду в цілому.

Висновки. Український інтернет-простір характеризується високою інтерактивністю соціальних комунікацій. Робота з інтерактивністю в соціологічному контексті є однією з найперспективніших тенденцій, з якими стикаються користувачі Інтернету в Україні.

Список використаних джерел

1. Білан Н. І. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві: теорія, еволюція, моделі та прикладні аспекти : дис. докт. соц. наук : спец. 27.00.01. К., 2016. 427 с.
2. Остапенко Г. І. Дослідження обособлення особистості молоді людини в контексті інтернет-комунікації. Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. [наук. ред. О. М. Холод]. Т. 1. К. : МЦД СК «Комтека», 2015. 314 с.
3. Сидоров М. В. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу. Політичний менеджмент. 2018. №4. 125 с.
4. Холод О. М. Семантика терміна «соціальні комунікації»: концептуальні підходи. Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. [наук. ред. О. М. Холод]. Т. 1. К. : МЦД СК «Комтека», 2015. 314 с.
5. Коміна Т. О. Особливості сучасної теорії комунікаційних технологій. Соціальні комунікації: теорія і практика : наук. журн. [наук. ред. О. М. Холод]. Т. 1. К. : МЦД СК «Комтека», 2015. 314 с.
6. Akyazi, E. & Unal, A.T. (2015): "Purpose, Adoption and Level of Loneliness Relation and the Use of Social Networks: A Study on Undergraduate Communication Students", *Global Media Journal*, 6(3)
7. Boyd, D. & Ellison, N. (2018): "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1)
8. Gunduz, U. & Pembecioglu, N. (2015): "The Role of Social Media in the Sharing and Delivery of Authoritative and Governmental Issues", *European Journal of Research on Education, Special Issue: Contemporary Studies in Social Science*.
9. Ozel, A. P. (2016): "Social Media and Trust: An Empirical Research Directed to Government, Non-Governmental Organizations and Business, *Academic Journal of Information Technology*, 7(2)
10. McLaughlin M. L, Osborne K. K. & Ellison N. B. (2015): "Virtual Community in a Telepresence Environment", *Virtual Culture Identity and Communication in Cybersociety*, ed. by Steven G. Jones, U.K: Sage Publications
11. Vural, B. A. & Bat, M. (2016): "Social Media As a New Communication Environment: A Research on Ege University Faculty of Communication", *Journal of Yasar University*, 20(5)
12. Tapscott, D. (2018). *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill Trade
13. Waskul, D. and Douglass, M. (2017). "Cyberself": The emergence of self in on-line chat. *Information Society*, 13(4), 375-397
14. Navarro, P. (2017). The promise and potential pitfalls of cyberlearning. In R.A. Cole (Ed.), *Issues in web-based pedagogy* (pp.281-296). Westport, CT: Greenwood Press

References

1. Bilan, N. I. (2016). *Social Communications in the Information Society: Theory, Evolution, Models and Applied Aspects: social sciences*. Kyiv [in Ukrainian].
2. Ostapenko, G.I. (2015). *Investigation of the isolation of the personality of a young person in the context of Internet communication*. Kyiv: Komtek [in Ukrainian].
3. Sidorov, M. V. (2018). *The Internet as a Means of Social Communication and Social Impact*. Kyiv: Komtek [in Ukrainian].
4. Kholod, O. M. (2015). *Social Communication: Theory and Practice: Sciences*. Kyiv: Komtek [in Ukrainian].
5. Komina, T. O. (n.d.). *Features of the modern theory of communication technologies*. Kyiv: Komtek [in Ukrainian].
6. Akyazi, E. & Unal, A.T. (2015). "Purpose, Adoption and Level of Loneliness Relation and the Use of Social Networks: A Study on Undergraduate Communication Students", *Global Media Journal*, 6(3) [in English].

7. Boyd, D. & Ellison, N. (2018). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1) [in English].
8. Gunduz, U. & Pembecioglu, N. (2015). "The Role of Social Media in the Sharing and Delivery of Authoritative and Governmental Issues", *European Journal of Research on Education*, Special Issue: Contemporary Studies in Social Science [in English].
9. Ozel, A. P. (2016). "Social Media and Trust: An Empirical Research Directed to Government, Non-Governmental Organizations and Business", *Academic Journal of Information Technology*, 7(2) [in English].
10. McLaughlin M. L, Osborne K. K. & Ellison N. B. (2015). "Virtual Community in a Telepresence Environment", *Virtual Culture Identity and Communication in Cybersociety*, ed. by Steven G. Jones, U.K: Sage Publications [in English].
11. Vural, B. A. & Bat, M. (2016). "Social Media As a New Communication Environment: A Research on Ege University Faculty of Communication", *Journal of Yasar University*, 20(5) [in English].
12. Tapscott, D. (2018). *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill Trade [in English].
13. Waskul, D. and Douglass, M. (2017). "Cyberself": The emergence of self in on-line chat. *Information Society*, 13(4) [in English].
14. Navarro, P. (2017). The promise and potential pitfalls of cyberlearning. In R.A. Cole (Ed.), *Issues in web-based pedagogy* (pp.281-296). Wesport, CT: Greenwood Press [in English].