

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 070:004.738.5:316.77

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/36>

Алексєнко Ю. О.

Запорізький національний університет

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ОСНОВА ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті проаналізовано процес формування й розвитку соціальних медіа від появи мережесистем і перших онлайн-сервісів та платформ до сьогодення. Авторка робить спробу виокремити власне бачення сучасної структури соціальних медіа. Зокрема, особливу увагу зосереджено на таких різновидах соціальних медіа, як соціальні мережі та блоги.

У результаті засвідчено, що глобалізація суспільства з його повсюдною інформатизацією сприяла не тільки розвитку інформаційних технологій, але й забезпеченню вільного доступу людства до цих технологій. Широкі маси користувачів отримали доступ до всесвітньої мережі Інтернет, що призвело до так званого «Вічного вересня», коли все нові й нові користувачі почали долучатися до онлайн-спільноти, часом забуваючи про норми поведінки, проходячи шлях пристосування до нових умов спілкування та взаємодії із соціумом. Проте «Вічний вересень», який розпочався у вересні 1993 року в Америці, став однією з ланок у процесі демократизації суспільства та назавжди увійшов в історію Інтернету та становлення всесвітніх онлайн-спільнот. Чи не найголовнішу роль у цьому процесі посідають соціальні медіа. Потреба в спілкуванні, обміні думками та власними переконаннями сприяли розвитку таких форм соціальної комунікації, як тематичні форуми. Розпочавшись із локальних мережесистем поштових скриньок та сервісів для наукових дискусій з обмеженою кількістю користувачів, сьогодні Інтернет-ресурси мають мільйонні та мільярдні аудиторії, такі як соціальні мережі та платформи для ведення онлайн-щоденників – блогів. І в перспективі кількість їхніх користувачів буде зростати, що пов'язано зі збільшенням кількості людей, які мають вихід до мережі Інтернет через мобільні пристрої.

Ключові слова: соціальні медіа, соціальні мережі, блогосфера, блог, онлайн-спільнота, нові медіа, інформаційно-мережеве суспільство.

Постановка проблеми. Розвиток мережі Інтернет призвів до формування нового типу суспільства – інформаційно-мережевого, де в основі його соціальної структури опинилася інформація, яка стала важливим суспільним ресурсом. Водночас ключова роль у комунікативному процесі в соціумі відійшла соціальним медіа. Що ж таке соціальні медіа? Які існують їхні різновиди, та як соціальні медіа впливають на суспільство?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальні медіа, їхня двостороння взаємодія із соціумом, вплив соціальних мереж на формування громадської думки чи протистояння нових медіа традиційним ЗМІ неодноразово ставали предметом наукових дискусій. У контексті вивчення цього питання особливо помітними є праці В. Айзексона, Р. Клувера, А. Каплана, М. Хайнлайна,

Ф. Махлупа, М. Кастельса, Д. Белла, З. Григорової, Т. Кравченко, В. Бебика та ін.

Постановка завдання. Мета статті – дати визначення поняттю «соціальні медіа», дослідити процес формування й розвитку онлайн-спільнот з початку виникнення мережі Інтернет до сучасних соціальних медіа в процесі становлення інформаційно-мережевого суспільства; дослідити, яке місце в системі соціальних медіа посідають соціальні мережі й блогосфера, окреслити тенденції їх подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Жага людства до взаємодії та співпраці сприяла формуванню спільнот, групуючи їх за інтересами, соціальною приналежністю, професійними вподобаннями тощо. Люди постійно прагнули винаходити нові способи комунікації та єднання. Цьому сприяли

динаміка цифрових реформ, розвиток нових інформаційних технологій і глобалізація суспільства. На думку Р. Клувера, саме поняття «глобалізація» можна визначати різними способами, але найчастіше глобалізація розглядається як взаємозв'язок політичних утворень, економічних відносин і навіть комп'ютерних мереж [1, с. 426]. Цей процес розпочався з виникненням першого комп'ютера і створенням у 1969 р. першої комп'ютерної мережі ARPANET, яка згодом стала прототипом мережі Інтернет.

На думку В. Айзексона, саме прагнення соціальної мережевої комунікації спонукало людей до інновацій. Спочатку така комунікаційна взаємодія відбувалась завдяки обміну повідомленнями між користувачами віддалених комп'ютерів, під'єднаних до спільної мережі ARPANET. Це були перші електронні листи, або перша електронна пошта. Створена в 1972 році завдяки інженеру Рею Томлінсону, який також уперше задіяв клавіатурний символ «@», створивши систему адресації «ім'я_користувача@ім'я_хоста», електронна пошта призвела до формування перших віртуальних громад і спільнот, об'єднаних між собою не стільки за близькістю розташування комп'ютерних пристроїв, а вже за спільними інтересами, цілями та вподобаннями [2, с. 345]. Електронна пошта запустила так звану ланцюгову реакцію. Слідом за нею почали з'являтися інші способи онлайн-комунікацій. Це були списки розсилки для передплатників, на кшталт SF-Lovers у 1975 р. для шанувальників наукової фантастики, та дошки оголошень, створені у 1978 р., де кожен, у кого був доступ до мережі, міг завантажити піратське програмне забезпечення, отримувати інформацію, писати повідомлення й організувати онлайн-форуми. Щодо форумів, які працювали за системою «повідомлення-відповідь» і розгортали цілі дискусії, вони з'явилися роком пізніше – у 1979 р. Ця мережева система отримала назву Usenet, а розділи форуму називалися «тематичними конференціями» [2, с. 346]. Безперечно, поява таких платформ для дискусій вивела процес мережевої комунікації на новий рівень. Проте для справжньої масовості цього було замало.

Справжньою онлайн-революцією стало винайдення на початку 80-х рр. ХХ ст. пристрою, що зміг об'єднати віддалені між собою домашні комп'ютери із глобальною мережею. Це був модем, який за допомогою телефонних ліній забезпечував під'єднання людей до мережі Інтернет. Перешкод для розвитку онлайн-сервісів та формування нових онлайн-спільнот більше не було. Розпочалася ера соціальних медіа.

Так, ще у 80-х рр. ХХ ст. засновник одного з найперших онлайн-сервісів під назвою «America Online» (AOL) С. Кейз вбачав успіх своєї компанії в прагненні людей до взаємодії. Сервіс AOL був легкий у використанні, пропонував своїм користувачам розважальну інформацію та новини. Але головний акцент робився на можливості формувати соціальну мережу. С. Кейз вважав, що спільнота має переважати над наповненням [2, с. 360]. AOL користувався великим попитом через можливість локального мережевого спілкування, адже до 1992 року під'єднувати подібні мережеві сервіси до Інтернету було поза законом. Проте у 1993 р. Інтернет став доступний кожному, що не тільки підірвало популярність онлайн-сервісів на кшталт AOL, а й призвело до такого явища, яке «старожили» локальних мереж назвали «Вічним вереснем».

Так, йдеться про мережеві норми поведінки та спілкування, з якими не були знайомі нові онлайн-користувачі. Так само, як не були знайомі з цими нормами першокурсники, що кожного вересня вступали до університетів й отримували доступ до Інтернету з кампусних (або локальних) мереж. Незважаючи на те, що з появою вільного доступу до Інтернету норми мережевого етикету просто зникли, це стало вагомим кроком на шляху до загальної демократизації суспільства й Інтернету.

Спробуємо подати актуальне визначення поняття «соціальні медіа». Так, у Кембріджському словнику соціальні медіа – це веб-сайти та комп'ютерні програми, що дозволяють людям спілкуватися й обмінюватися інформацією в Інтернеті за допомогою комп'ютера або мобільного телефону [3]. Оксфордський словник дає нам більш скорочене визначення, позначаючи соціальні медіа як веб-сайти й програми, що використовуються для соціальних мереж [4]. Якщо об'єднати обидва визначення, можемо зазначити, що соціальні медіа – це сайти та комп'ютерні програми з доступом до мережі Інтернет, спрямовані на забезпечення соціальних комунікацій. Однак, на нашу думку, поняття «соціальні медіа» слід розглядати ширше.

Німецькі дослідники А. Каплан та М. Хайнлайн розуміють соціальні медіа як групу програм, що базуються на інформаційних технологіях Web 2.0, які дозволяють користувачам створювати й обмінюватись власним контентом у мережі Інтернет та включають у себе такі спільні проекти, як Wikipedia, блоги та мікроблоги (наприклад, Twitter, Blogger), контент-спільноти (наприклад, YouTube), соціальні мережі (наприклад,

Facebook), віртуальні ігрові світи (наприклад, World of Warcraft) та віртуальні соціальні світи (наприклад, Second Life) [5, с. 101].

3. Григорова відносить соціальні медіа до так званих нових медіа, акцентуючи увагу на тому, що принциповою відмінністю нових медіа від традиційних є їхня інтерактивність, коли користувачі самі можуть створювати й поширювати власний контент; персоналізація інформації, коли користувачу через певну систему алгоритмів запропонується до перегляду контент згідно з його попередніми вподобаннями, а також необмеженість обсягу контенту; можливість редагування та видалення інформації після її оприлюднення; оперативність створення та поширення інформації; мінімальна цензура й модерація [6, с. 95]. 3. Григорова відносить до нових медіа також професійні інтернет-ЗМІ, онлайн-ігри й віртуальні світи, а до соціальних медіа – соціальні мережі, блоги та мікроблоги, платформи для обміну медіаконтентом (фото, відео, аудіо, посилання, новини), сервіси для обговорення й обміну досвідом, геолокаційні сервіси [6, с. 96]. Проте французький експерт у галузі соціальних медіа Ф. Кавацца, окрім зазначених вище сервісів, програм і платформ, до соціальних медіа відносить пошукові системи, мобільні додатки для обміну повідомленнями (месенджери) і служби знайомств. Дослідник класифікує соціальні медіа за способом їх використання [7]: тип «публікація» – платформи для публікації блогівих повідомлень, ведення щоденникових записів (WordPress, Blogger, LiveJournal, Tumblr) і вікі (Вікіпедія, Wikia); тип «спільне використання» – платформи зі спільним доступом до відео-, аудіо-, фотоконтенту (Pinterest, YouTube, Vimeo), мобільні додатки (Instagram); тип «обговорення» – веб-сервіси для спілкування, обговорення подій, новин тощо (Quora, Reddit, Disqus, Skype) та месенджери (Facebook Messenger, Telegram, Viber); тип «соціальна взаємодія» – соціальні мережі (Facebook, LinkedIn), служби знайомств та їхні мобільні аналоги (Badoo, OKCupid, Tinder).

Власну типологізацію соціальних медіа запропонував С. Коноплицький: соціальні мережі (Facebook); системи миттєвого обміну повідомленнями (Skype); Інтернет-чати (Discord); Інтернет-форуми; блоги (Blogger); вікі-довідники (Вікіпедія); Інтернет-хости (YouTube) [8, с. 38].

Якщо розглядати соціальні медіа з точки зору онлайн-комунікацій та способу творення мережевих спільнот, де можна як створювати, так і поширювати інформацію та власні ідеї і будь-який інший контент, то ми вбачаємо доцільним

запропонувати власну структуру найпопулярніших сучасних соціальних медіа: соціальні мережі; блоги й мікроблоги; мультимедійні платформи; месенджери; форуми і чати.

Незважаючи на те, що процес формування соціальних мереж розпочався з локальних університетських мереж наприкінці 60-х рр. ХХ ст., блоги (або електронні щоденники) з'явилися значно пізніше. Наразі найпершими блогівими записами вважають пости американського студента Джастіна Холла, який у 1994 р. розробив свій сайт Links.net, де, власне, він і публікував свої повідомлення, ділився посиланнями з Інтернету та цікавою, на його погляд, інформацією. Проте справжня популярність блогів прийшла на 1999–2003 рр. з появою спеціалізованих блогівих платформ, на кшталт Blogger.com, а слова «блог», «блогер» і «блогосфера» ввійшли до Оксфордського словника через їх багатотвориваність.

Сьогодні ведення блогів і використання соціальних мереж не втратило своєї популярності. Навпаки, кількість користувачів соціальних онлайн-платформ постійно збільшується. Так, наразі у світі існує більше ніж 600 млн блогів на 1,7 млрд веб-сайтів, їх можна створювати та наповнювати інформацією [9]. Водночас соціальними мережами користується понад 3,6 млрд людей. Найпопулярнішими соціальними мережами світу на 2020 р. є: Facebook (2,7 млрд користувачів), YouTube (2 млрд користувачів), Instagram (1,1 млрд користувачів), TikTok (689 млн користувачів) [10].

Завдяки вільному доступу до мережі Інтернет і постійному вдосконаленню комп'ютерної техніки й мобільних пристроїв змінюється і суспільство. Т. Кравченко характеризує його як інформаційно-мережеве [11, с. 142]. Основною рисою цього суспільства є не тільки вільний доступ до інформації, а й можливість самому бути творцем своєї інформаційної реальності. Кожен користувач соціальних медіа може виступати в ролі як споживача інформації, так і її виробника. Комунікаційний процес у цьому разі йде через мережі, які групують людей за інтересами, статтю, віком, вподобаннями тощо.

В. Рябічев та А. Баклан убачають у можливості створювати власний контент і поширювати його мережею Інтернет п'яту революцію у сфері інформатизації людства, називаючи цей процес громадянською журналістикою. За словами дослідників, «використання мережевих технологій зумовило появу нової прикладної галузі для науки «соціальна інформатика» – соціальних медіа» [13, с. 159].

Сьогодні ми все більше спостерігаємо, що кордони між людьми стають більше умовними, не прив'язаними до географічного розташування чи гендерної приналежності. Проте цей процес триває й досі. Майже 60% людей сьогодні мають доступ до мережі Інтернет – більше ніж 4,5 млрд. Водночас соціальними мережами користується 3,8 млрд людей по всьому світу [12].

На нашу думку, кількість користувачів соціальних медіа з часом буде тільки зростати через розвиток і технічне вдосконалення комп'ютерних і мобільних пристроїв. Останні статистичні дослідження говорять про те, що люди все більше віддають перевагу мобільним пристроям для під'єднання до мережі Інтернет, адже вже майже 53% пошукових запитів поступають саме з них [10]. Якщо найперше повідомлення, яке було відправлене в мережі з мобільного телефону, датоване 31 травнем 2000 р. та належало журналістові Т. В. Пааманду, а 1 березня 2001 р. він заснував блог, куди публікував повідомлення через SMS або мобільну електронну пошту [13, с. 160], то сьогодні люди щодня витрачають на комунікацію в мобільних пристроях майже 3,7 години. Цікаво, що майже половина цього часу припадає на соціальні медіа [12]. За даними агенції «We Are Social», більше половини трлн гігабайт мобільних даних використали у 2020 р. користувачі мобільного Інтернету, завантажуючи чи передаючи мультимедійний контент [14].

А. Каплан та М. Хайнлайн вказують, що незважаючи на постійний розвиток мережевих технологій та їх вдосконалення соціальні медіа прагнуть повернутися до свого коріння. У ті часи, коли світом під назвою «онлайн» керували не великі корпорації, а звичайні люди. У часи, коли саме люди та їхні спільноти встановлювали правила й норми мережевого етикету, формували власні онлайніві громади [5, с. 103].

Висновки і пропозиції. Проведений аналіз соціальних медіа від початку їх заснування до сьогодні дозволив дійти висновку, що саме людська потреба в спілкуванні, пошуку однодумців і формування спільнот стала тією рушійною силою,

яка вивела не тільки соціальні медіа, а й саму мережу Інтернет на новий рівень функціонування. Мережа й мережеві комунікації стали доступними більшій половині населення світу, і цей показник буде тільки зростати. Сьогодні навіть спостерігається тенденція колаборації соціальних медіа із зовнішніми сайтами – процесу, коли соціальні мережі чи блоги інтегруються в сайт через спеціальні розділи, коментарі й автоматичні посилання на публікації в соціальних мережах.

Водночас технічне вдосконалення комп'ютерної техніки й мобільних пристроїв зробило процес мережевої комунікації більш зручним, динамічним й інтерактивним. Сьогодні ми спостерігаємо стрімке зростання кількості користувачів соціальних медіа через можливість приєднатись до мережі Інтернет завдяки мобільним пристроям.

Потреба людства в комунікації і взаємодії призвела до стрімкого розвитку таких видів соціальних медіа, як соціальні мережі та блоги. З появою платформ для самовираження й пошуку друзів та однодумців відбулася трансформація соціально-комунікаційної сутності сучасної людини. Наразі звичайний користувач може стати лідером думок і сформувавати власну соціальну спільноту своїх читачів і поціновувачів. Розпочавшись із «Вічного вересня» у 1993 році, процес демократизації мережі Інтернет і суспільства в цілому триває й досі. Безперечно, свобода слова та відсутність спільного мережевого кодексу й етикету, як це було на початку існування локальних мереж, призводить до зловживань цією демократичною цінністю. Вільний доступ до мережі Інтернет формує не тільки інформаційно-комунікаційний простір, а й спричиняє низку злочинів у сфері кібербезпеки: викрадення й розголошення персональних даних, хакерські атаки, вірусні програми, нецензурну лексику й залякування в соціальних мережах, спам-розсилки на електронну пошту, месенджери чи чат-сервіси, фейкові повідомлення. Ці процеси потребують комплексного наукового аналізу, законодавчого регулювання й етичної саморегуляції користувачів соціальних мереж.

Список літератури:

1. Kluver R. Globalization, Informatization, and Intercultural Communication. *American Communication Journal*. URL: <http://ac-journal.org/journal/vol3/Iss3/spec1/kluver.htm>
2. Айзексон В. Інноватори. Як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію / пер. з англ. Д. Голомозда. Київ : Наш формат, 2017. 488 с.
3. The Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org>
4. The Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
5. Kaplan M., Haenlein M. Social media: back to the roots and back to the future *Journal of Systems and Information Technology*. 2012. Vol. 14. № 2. P. 101–104. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/deb2/d91a0fc41fe0fa378c3a29d4ad1d34b37ec3.pdf>

6. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 3 (57). С. 93–100.
7. Cavazza F. Social Media Landscape. 2014. URL: <https://fredcavazza.net/2014/05/22/social-media-landscape-2014/>
8. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : дис. ... канд. соц. наук : 22.00.01. Київ, НАН України, Інститут соціології, 2006. 154 с.
9. Kyle Byers. How Many Blogs Are There? URL: <https://growthbadger.com/blog-stats>
10. Most popular social networks worldwide as of October 2020, ranked by number of active users. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>
11. Кравченко Т. О. Становлення мережевого суспільства в умовах сучасності. *Філософія* : збірник праць. Київ, 2012. С. 141–151.
12. Digital 2020, Global Digital Overview. URL: <https://wearesocial.com/digital-2020>
13. Рябічев В. Л., Баклан А. О. Моблогінг як один із різновидів соціальних медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Том 50. С. 159–161.
14. Kemp S. Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

Alekseienko Yu. O. SOCIAL MEDIA AS THE BASIS OF INFORMATION AND NETWORK SOCIETY

The article analyzes the process of formation and development of social media from the emergence of network systems and the first online services and platforms to the present. The author tries to isolate her own vision of the modern structure of social media. In particular, special attention is focused on such types of social media as social networks and blogs.

As a result, it is proved that the globalization of society, with its widespread informatization, has contributed not only to the development of information technology, but also to ensuring human access to these technologies. Large masses of users gained access to the World Wide Web, which led to the so-called “Eternal September”, when more and more users began to join the online community, sometimes forgetting about the rules of behavior; adapting to new conditions of communication and interaction with society. However, “Eternal September”, which began in September 1993 in America, became one of the links in the process of democratization of society and forever entered the history of the Internet and the formation of global online communities. Almost the first place in this process is occupied by social media. The need for communication, exchange of ideas and beliefs, contributed to the development of such forms of social communication as thematic forums. Starting with local network mailboxes and services for scientific discourses with a limited number of users, today we have Internet resources with millions and billions of audiences, such as social networks and platforms for online blogs. And in the long run the number of their users will grow. This is due to the increase in the number of people who have access to the Internet via mobile devices.

Key words: social media, social networks, blogosphere, blog, online community, new media, information and network society.