УДК 007:304:659.3
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/13

Савчук Н. М.
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини

МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

У статті проведено детальний аналіз медіакомунікацій у контексті сучасних соціальних комунікацій.

Так, сучасне суспільство, що характеризується активною інформатизацією, переживає трансформацію, в якій інформація стає домінуючою складовою щоденного життя людей. Розширення доступу до інформації через розвиток цифрових технологій та Інтернету кардинально змінює способи взаємодії та творчості, відкриваючи нові комунікативні простори. Це, в свою чергу, посилює роль медіакомунікацій у формуванні суспільної свідомості.

Визначено, що феномен «медіакомунікацій» має значний вплив на соціальні комунікації, зокрема в контексті необхідності переорієнтації медіакомунікацій зі сфери сенсацій на більш значущі соціальні теми. Така зміна фокусу підкреслює важливість відповідального підходу до журналістики та інформаційного просвітництва, відповідаючи на сучасні виклики та потреби суспільства.

Значне зростання Інтернет-аудиторії, на основі проаналізованого дослідження getiusAudience, вказує на збільшення впливу цифрових технологій та медіа на формування більш зв'язаного суспільства, де інформація передається швидше та ефективніше. Інтернет, завдяки своїм особливостям, таким як синтез різних форматів контенту та можливість персоналізації, відіграє ключову роль у цьому процесі.

Соціальні мережі, зокрема Facebook, Instagram та Twitter, виступають не лише як інструменти спілкування, але й як важливі фактори соціальних змін і демократизації. Вони сприяють формуванню громадянського суспільства, самоорганізації громадян та підтримці демократичних процесів.

Сформовані висновки, які полягають в тому, що медіакомунікації становлять невід'ємну частину системи соціальних комунікацій сучасного світу. Вони охоплюють процеси передачі, обміну та виробництва інформації через різноманітні медіа-ресурси, відіграючи ключову роль у формуванні обізнаного громадянського суспільства, освітньому та культурному розвитку, а також забезпечуючи розваги та відпочинок.

Ключові слова: *медіакомунікації, соціальні комунікації, Інтернет, мас-медіа, соціальні мережі.*

Постановка проблеми. Розвиток медіакомунікацій і їх інтеграція в систему соціальних комунікацій в сучасному світі представляє собою ключовий аспект суспільних трансформацій. Зростаюча роль цифрових технологій та соціальних медіа в повсякденному житті впливає на способи, якими люди взаємодіють, діляться інформацією та формують свої світогляди. Цей процес проникає в усі сфери суспільного життя, починаючи від особистісних комунікацій до політичних та культурних дискурсів.

Значення медіакомунікацій у сучасному інформаційному просторі полягає не тільки у передачі інформації, а й у формуванні способів її сприйняття та оцінки. Це включає зміну взаємодії між індивідами, вплив на суспільну думку, і навіть на політичні процеси. Особливо важливим стає питання про вплив цих змін на розвиток критичного мислення в умовах інформаційного перенасичення.

Крім того, швидкий розвиток нових медіа створює нові етичні та правові виклики. Виникає потреба у розробці нових підходів до регулювання цифрового простору, забезпечення прозорості інформаційних потоків та захисту особистих даних.

Таким чином, актуальність дослідження медіакомунікацій у системі соціальних комунікацій пояснюється необхідністю розуміння цих глибоких та швидких змін, які мають далекосяжні наслідки для суспільства та індивідів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У контексті аналізу медіакомунікацій як особливого аспекту соціокультурного обміну, значний

внесок зробили такі науковці як А. Баранецька, В. Різун, А. Черних, О. Шапинська та К. Шендеровський. Важливість розгляду проблеми формування медійного простору та особливостей крос-медійного функціонування акцентують Л. Василик, В. Конах і Г. Остапенко.

Крім того, розвиток соціальних мереж та моделей комунікації є предметом дослідження багатьох вчених, серед яких: С. Афанасьєв, С. Дука, В. Іноземцев, С. Блек, П. Дойль та інші. Їхні наукові дослідження дозволяють глибше зрозуміти динаміку та вплив медіа на суспільні процеси.

Проаналізувавши наукові дослідження вчених, можемо стверджувати, що на даний час, не було комплексного вивчення медіакомунікації у системі соціальних комунікацій, що й обумовило актуальність дослідження.

Постановка завдання. Мета статті – є детальний аналіз медіакомунікацій у контексті сучасних соціальних комунікацій.

Виклад основного матеріалу. У сучасному суспільстві, яке характеризується активною інформатизацією, інформація стає домінуючою складовою в щоденному житті людей. Цей процес, посилений завдяки розширенню доступу до інформації через розвиток цифрових технологій та Інтернету, змінює способи взаємодії та творчості, відкриваючи нові комунікативні простори.

Комунікація є складним і багатогранним явищем, охоплюючи різноманітні сфери людської діяльності. Залежно від контексту, це поняття набуває різних визначень. У своєму аналізі феномену комунікації, В. Іванов розглядає різні інтерпретації цього терміна, вказуючи на його універсальність та відсутність однозначної дефініції. Вчений акцентує увагу на тенденції у трактуванні поняття комунікації, яке іноді обмежується лише каналом чи засобом спілкування, а іноді надмірно розширюється, охоплюючи всі види взаємозв'язків у природі та суспільстві. В. Іванов вважає такі розбіжності закономірними, оскільки кожна наукова дисципліна має свій специфічний об'єкт дослідження і, відповідно, своє бачення цього явища [2, с. 131].

Відомий дослідник В. Різун пропонує своє бачення концепції комунікації, виокремлюючи кілька ключових елементів, що формують цей процес, а саме: намір здійснювати взаємодію між представниками різних соціальних груп або суспільства в цілому; створення зв'язку між учасниками на рівні духовних, професійних або інших цінностей; обумовленість процесу спілкування конкретними соціально-психологічними умовами; включення інтелектуальних та емоційних аспектів в процес обміну інформацією; збір, аналіз та передача даних; використання різноманітних символічних систем, візуальних та аудіальних засобів; орієнтація на конкретного адресата та його реакцію [7, с. 21].

В цьому контексті важливим дослідити феномен «медіа комунікації». Так, К. Шендеровський аналізує медіакомунікації як важливу складову соціальних комунікацій, які виконують ключові соціальні функції. Він пропонує, що сучасним завданням медіакомунікацій повинно бути переорієнтація від п'яти «С» (сенсація, скандал, смерть, страх, секс), домінуючих у ЗМІ, до трьох «Д» (добро, допомога, довіра). К. Шендеровський вбачає потенціал у розвитку соціально значимої журналістики, яка займе свою нішу в медіакомунікаціях, допомагаючи вирішувати важливі суспільні проблеми. Вчений підкреслює значення соціальних медіакомунікацій як засобу залучення людей до вирішення соціальних проблем [8, с. 10].

Аналізуючи термін «медіакомунікація», важливо зазначити, що він виник як поєднання двох латинських слів: «медіа» (medium – засіб, спосіб) та «комунікація» (communicatio – спілкування) [1, с. 10].

Термін «media» спершу був введений для позначення інформаційних повідомлень, які передавалися за допомогою різних засобів зв'язку, включаючи пошту та телеграф. Від середини XIX століття цей термін став набувати свого сучасного значення, зокрема, з появою газет як рекламного інструменту. На сучасному етапі «медіа» описує всі канали передачі та зберігання інформації різних типів.

Медіа можна розділити на «директ-медіа» та «мас-медіа» залежно від способу комунікації з аудиторією. «Директ-медіа» (прямі медіа) включають канали, які забезпечують безпосередній зв'язок із споживачем, такі як пошта, телефон або факс. Натомість, «мас-медіа» (з англ. «media of mass communication» – засоби масової комунікації) охоплюють методи та засоби, що дозволяють централізовано передавати, розповсюджувати та надавати інформацію великій та різноманітній аудиторії. Цей термін також використовується для позначення організацій, які управляють цими засобами комунікації, наприклад, телевізійних каналів чи видавництв [4, с. 112].

Відомі дослідники підкреслюють унікальність спілкування через засоби масової комунікації. Вони описують його як особливий вид духовного обміну, у процесі якого відбувається передача

соціально значущої інформації серед широких груп населення. Цей процес відбувається у рамках більшого соціального контексту за допомогою спеціалізованих організацій та технічних засобів, які займаються збором, обробкою та розповсюдженням інформації [5, с. 103].

Основою соціальних комунікацій є не технічні канали, а самі процеси та способи взаємодії, які передбачають обмін різними формами символічної діяльності – ідеями, символами, образами, що спрямовано на задоволення комунікативних потреб учасників процесу. Особливість соціальної комунікації полягає у її глибокій соціальній обумовленості, яка впливає на формування та сприйняття повідомлень [5, с. 101].

Соціальна комунікація розпочинається з моменту, коли комунікант формує свої думки у повідомлення. Процес завершується тоді, коли реципієнт «розпредмечує» зміст цього повідомлення, тобто розшифровує та внутрішньо обробляє отриману інформацію.

Т. Дрідзе у своїй семіосоціопсихологічній концепції підкреслює ключову роль тексту у соціальній комунікації, вважаючи, що обмін знаннями, цінностями, емоціями, ідеалами відбувається через породження та інтерпретацію текстів [10, с. 125]. За її словами, без текстової діяльності не можливе ефективне спілкування.

Сьогодні, на глобальному рівні спостерігається постійний розвиток нових комунікативних систем, що включають в себе інтерактивні комунікаційні технології та цифрові засоби передачі інформації. В центрі цього процесу знаходиться Інтернет, який стає основним каналом для обміну інформацією. Ця динаміка не обмежується лише технічними або технологічними аспектами, але також означає значні соціокультурні зміни, впливаючи на способи взаємодії людей у сучасному світі.

Інтернет, володіючи атрибутами соціального інституту, стає ключовим елементом у комунікаційних трансакціях сучасного суспільства, відіграючи важливу роль у формуванні його комунікативної активності.

Порівняно з традиційними медіа, Інтернет вирізняється рядом переваг, а саме: синтезує візуальні, аудіо, друковані та відео формати; пропонує економічні переваги, такі як зниження вартості доставки інформації, зокрема через електронну пошту, у порівнянні з традиційними поштовими послугами. Крім того, Інтернет може забезпечувати інформацією окремих осіб або груп на основі їхніх індивідуальних потреб, використовуючи персоналізований контент, електронну пошту або кабельне телебачення. Відрізняючись від одностороннього комунікаційного потоку традиційних медіа, Інтернет стимулює двосторонній діалог та зворотний зв'язок з користувачами та сприяє прямому зв'язку між урядом та громадянами, уникаючи маніпуляцій з боку засобів масової інформації [6, с. 125].

Таким чином, стрімкий розвиток Інтернет-технологій радикально змінює медіапростір, створюючи нові виклики та відкриваючи перспективи для суспільства, які необхідно враховувати для забезпечення актуальності у швидко змінюваному цифровому світі.

Останні дослідження компанії gemiusAudience, присвячені аналізу української Інтернет-аудиторії станом на 1 червня 2023 року, виявили значне зростання чисельності користувачів українського Інтернету, яка сягнула показника у 25,6 мільйонів осіб [9]. Отже, на основі цього дослідження, можемо стверджувати, що збільшилась чисельність користувачів Інтернету в Україні, оскільки все більше людей мають доступ до різноманітних джерел інформації та платформ для комунікації та сприяє формуванню більш зв'язаного суспільства, де обмін інформацією відбувається швидше і ефективніше, а також впливає на соціальні взаємодії, оскільки більше людей використовують цифрові платформи для спілкування, обміну думками та вираження своїх поглядів. Таким чином, зростання Інтернет-аудиторії надає додаткові можливості для аналізу поведінки користувачів, вподобань та реакцій на різні види медіаконтенту, що є цінним для глибшого розуміння медіакомунікацій.

Крім того, в сучасних умовах, в Україні спостерігається зростання нових соціальних мереж, які набирають популярності серед місцевої аудиторії. Серед них можна виділити платформи, такі як Ukrainians.co, Nimses.com, WEUA.info, Yachudo.com, Ukrainci.org.ua, що мають значний вплив на комунікаційні процеси в суспільстві, вносячи зміни у способи взаємодії між створювачами контенту та їхньою аудиторією. На основі проведеного аналізу, у контексті нашого дослідження, вважаємо за необхідне виділити, ключові аспекти сучасних соціальних мереж: непрямий вплив між соціальними контактами, що зменшується із збільшенням відстані між учасниками; наявність порогу чутливості при зміні громадської думки; формування груп на основі спільних інтересів; наявність специфічних соціальних стандартів у спільнотах; вплив зовнішніх агентів та факто-

рів; поступові зміни у поглядах аудиторії; ефект накопичення тверджень; зв'язок між структурою мережі та динамікою формування поглядів; кластеризація спільнот [3].

Таким чином, медіакомунікації у системі соціальних комунікацій відіграють важливу роль у сучасному суспільстві, особливо через розвиток і вплив соціальних мереж. Серед найбільш популярних соціальних мереж є Facebook, який дозволяє користувачам створювати особисті сторінки, взаємодіяти через повідомлення, ділитися фотографіями та відеозаписами, та брати участь у спільнотах. Ця мережа є однією з найпопулярніших у світі, яка відіграє значну роль у формуванні глобального діалогу.

Іншою не менш популярною є соціальна мережа Instagram, яка зосереджена на візуальному контенті, і дозволяє користувачам створювати свої сторінки та ділитися фотографіями та відео. Ця платформа стала важливим місцем для маркетингу, залучення блогерів та розвитку сучасних трендів. Інша платформа для мікроблогінгу – Twitter, дозволяє користувачам публікувати короткі повідомлення, відіграючи ключову роль у швидкому обміні інформацією та громадському обговоренні актуальних питань.

Раніше популярна в Україні, соціальна мережа ВКонтакте, яка надавала можливості для обміну повідомленнями, фото та відео, втратила свою популярність через політичні рішення, що обмежили її доступ в країні. Це підкреслює важливість політичного контексту у впливі на соціальні медіа.

Інтернет та соціальні мережі поступово перетворилися на середовище віртуалізації суспільства, розширюючи можливості для неінституціоналізованих взаємодій. Блогери на цих платформах набувають значного впливу, виконуючи роль інформаторів та аналітиків. У регіонах з обмеженою свободою слова вони часто стають важливим джерелом незалежної інформації, висвітлюючи теми, які ігноруються офіційними медіа. Це демонструє, як соціальні мережі трансформують парадигму медіакомунікацій, розширюючи межі традиційної журналістики та соціальної взаємодії.

У сучасному світі соціальні мережі стали не просто інструментом зв'язку, а потужним чинником соціальних змін і демократизації. Їх роль у формуванні громадянського суспільства та підтримці демократичних процесів є значною. Соціальні мережі сприяють самоорганізації громадян, дозволяючи їм вирішувати важливі питання самостійно, без необхідності посередництва традиційних інституцій.

Одним із яскравих прикладів є волонтерська діяльність, що розгортається через соціальні мережі. Люди об'єднуються для надання допомоги хворим дітям, військовим, збору коштів для потребуючих. Також соціальні мережі служать платформою для розголошення злочинної діяльності, пошуку винуватців ДТП, осуду аморальних вчинків та виявлення шахрайства.

Соціальні мережі можуть розглядатися як один із інститутів громадянського суспільства. Вони належать до категорії незалежних засобів масової інформації, що обслуговують громадські інтереси та потреби. Важливо, що ці мережі формують громадську думку, впливаючи на соціальні процеси та політичні рішення. Вони входять до вертикального виміру громадянського суспільства, нарівні з політичними правами громадян, політичними партіями та рухами, органами місцевого самоврядування та іншими незалежними ЗМІ.

Отже, сучасний світ характеризується стрімким розвитком інформаційних технологій, які впливають на всі аспекти людського життя. У цьому контексті медіакомунікації відіграють особливу роль, будучи невід'ємною частиною системи соціальних комунікацій. Вони охоплюють процеси передачі, обміну та виробництва інформації через різноманітні медіа-ресурси, такі як телебачення, радіо, преса, Інтернет та соціальні мережі.

Медіа служать основним джерелом інформації для суспільства, забезпечуючи поширення новин, знань та різноманітної інформації, що є важливим для формування обізнаного громадянського суспільства. Вони також відіграють важливу роль у навчанні та освіті, пропонуючи широкий спектр освітніх програм та матеріалів. Крім того, медіа є важливим засобом збереження та розвитку культури, вони допомагають розповсюджувати культурні цінності та традиції. Нарешті, медіа надають розваги та відпочинок, забезпечуючи доступ до фільмів, музики, ігор тощо.

Таким чином, медіакомунікації становлять ключовий компонент сучасної інформаційної та культурної екосистеми, сприяючи освітньому, культурному розвитку, інформуванню та розвагам у суспільстві.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Медіакомунікації, як інтегральна частина системи соціальних комунікацій, мають вирішальне значення у формуванні сучасного інформаційного простору. Вони об'єднують широкий спектр медіа-ресурсів, від традиційних до цифрових, та впливають на культурний, освітній, інформаційний та розважальний

аспекти суспільного життя. Розвиток технологій значно розширив можливості медіакомунікацій, дозволяючи їм досягати ширшої аудиторії та надавати більш динамічний та інтерактивний досвід.

З одного боку, медіакомунікації сприяють демократизації доступу до інформації та залученню громадян до суспільного діалогу, з іншого – ставлять перед суспільством виклики, пов'язані з інформаційною перенасиченістю та необхідністю критичного сприйняття контенту. Важливим аспектом є також захист персональних даних та приватності в умовах всеосяжної цифровізації.

Загалом, медіакомунікації є динамічною та багатогранною сферою, яка продовжує еволюціонувати, адаптуючись до змін в технологіях та суспільних потребах. Їх роль у формуванні інформованого, освіченого та культурно збагаченого суспільства є беззаперечною, а їх вплив на соціальні комунікації – значуща.

Перспективи подальших досліджень у сфері медіакомунікацій у системі соціальних комунікацій спрямовані на оцінку впливу еволюції цифрових медіа та соціальних мереж на поведінкові патерни споживачів інформації та на розробку нових стратегій для ефективного та відповідального розповсюдження контенту.

Список літератури:

1. Баранецька А.Д. Медіакомунікація як специфічний вид соціокультурної взаємодії: до теорії питання. *Держава ірегіони*. 2014. № 1-2. С. 10–14.

2. Іванов В. Ф. Масова комунікація як соціальне явище. Наукові записки Інституту журналістики Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка. 2002. № 6. С. 129–139.

3. Іщенко Н. «Чим небезпечні нові медіа і що з цим робити», доступно за адресою: https://m.day.kyiv.ua/uk/article/media/socmerezhi-i-my (Дата звернення 12 грудня 2023).

4. Конах В. Виникнення та еволюція поняття «медіа-простір» в науковій думці. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2015. Вип. 2. С. 112–115.

5. Москаленко А.З. Основи масово-інформаційної діяльності : підручник / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Іванов. Київ: *КНУ ім. Тараса Шевченка*, 1999. 634 с.

6. Наумова М. Ю. Телебачення та інтернет-ресурси як джерела суспільно-політичної інформації: якість та достовірність контенту за оцінками аудиторії. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*, Київ: Інститут соціології НАНУ.2020. Вип. 7 (21). С. 124–138.

7. Різун В. Основи масового спілкування як духовного єднання і порозуміння. *Вісник Львівського університету*. 2001.Вип. 21. С. 20–25.

8. Шендеровський К.С. Медіакомунікації та соціальні проблеми: *збірка навч.-метод. матеріалів і наук. статей у трьох частинах. Частина перша*. Київ: б/в, 2012. 288 с.

9. General-News-Release-Internet-Audience-Change-UA1.pdf. URL: https://iab.com.ua/wp-content/uploads/2023/07/General-News-Release-Internet-Audience-Change-UA1.pdf

10. Susska O. O., & Pashchenko, H. P. Socio-communicative and cultural practices during the pandemic period. European Political and Law Discourse, 2021. Vol. 8, Is. 2, pp. 123–129.

Savchuk N. M. MEDIA COMMUNICATIONS IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

The article provides a detailed analysis of media communications in the context of modern social communications.

It was determined that modern society, characterized by active informatization, is undergoing a transformation in which information becomes a dominant component of people's daily life. Expanding access to information through the development of digital technologies and the Internet is radically changing the ways of interaction and creativity, opening up new communicative spaces. This, in turn, strengthens the role of media communications in the formation of public consciousness.

It was determined that the phenomenon of «media communications» has a significant impact on social communications, in particular in the context of the need to reorient media communications from the sphere of sensationalism to more significant social topics. Such a change in focus emphasizes the importance of a responsible approach to journalism and information enlightenment, responding to modern challenges and needs of society.

The significant growth of the Internet audience, based on the analyzed gemiusAudience research, indicates the increasing influence of digital technologies and media on the formation of a more connected society, where information is transmitted faster and more efficiently. The Internet, thanks to its features such as the synthesis of different content formats and the possibility of personalization, plays a key role in this process.

Social networks, in particular Facebook, Instagram and Twitter, act not only as communication tools, but also as important agents of social change and democratization. They contribute to the formation of civil society, self-organization of citizens and support of democratic processes.

Conclusions were formed, which are that media communications are an integral part of the system of social communications in the modern world. They encompass the processes of transmission, exchange and production of information through various media resources, playing a key role in the formation of an informed civil society, educational and cultural development, as well as providing entertainment and recreation.

Key words: *media communications, social communications, Internet, mass media, social networks.*