

УДК. 316.77

DOI: 10.31673/2415-8089.2021.031212

Яременко С.А., к. філол. н., доцент
Бабій Д.В., студентка
Державний університет телекомунікацій

СТАНОВЛЕННЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ НА ПРИКЛАДІ БЛОГОСФЕРИ

Досліджено поняття блогу як засобу масової комунікації, розкрито теоретичні аспекти функціонування блогосфери в сучасному інформаційному суспільстві, проаналізовано структуру, функції та особливості блогосфери в Україні. Показано, як відбувається діяльність засобів масової комунікації для забезпечення обміну соціально важливою інформацією між великими групами людей в межах певного соціального мікросередовища - блогосфери.

Ключові слова: масова комунікація, Інтернет-ЗМІ, блогосфера, блог, соціальні медіа.

Постановка проблеми. В наш час багатоаспектне проникнення Інтернет-ЗМІ в життя суспільства може відігравати як об'єднуючу роль і сприяти консолідації суспільства, так і дезінтеграційну, роз'єднуючу, упроваджуючи в суспільну свідомість негативні стереотипи, що особливо є відчутним в кризові періоди історичного розвитку суспільства, коли люди у стані соціальної невизначеності особливо підпадають під вплив, легко відкликаються на різні нові стимули, ідеї, а також більше піддаються пропаганді й різним маніпулюванням.

Ця проблема є особливо актуальною сьогодні для України, перед якою стоїть завдання консолідації багатоетнічного українського суспільства в єдину політичну націю з високим рівнем національної свідомості. Оскільки інформаційна діяльність засобів масової інформації буде і надалі незмінно зростати й посилюватися, впливати на всі сторони життєдіяльності суспільства і держави, завдання полягає в тому, щоб ця діяльність відповідала українським національним інтересам, сприяла утвердженню незалежної української держави. Тому дослідження інструментів впливу Інтернет-ЗМІ на формування української національної свідомості є вельми актуальним і значущим.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сутнісні зміни у сучасному суспільстві, глобалізація інформаційної діяльності під впливом мережевих засобів масової комунікації аналізуються у працях О. М. Андрєєвої, Т. Барташук, В. Вергуна, А. Заблоцького, В. Коломійця, О. В. Литвиненка, О. Пархоменка, Н. Пилипенко. Такі дослідники, як О. Бочковський, Я. Воскобойников, Л. Городенко, С. Коркосенко, І. Михайлин вивчають ЗМІ в історичному аспекті їхнього розвитку. Дослідженням теоретико-методологічних основ діяльності мас-медіа займаються В. Бебик, О. Сидоренко, О. Голік, О. Гриценко, Т. Заусенко, В. Здоровега, В. Іванов, С. Квіт. Різні методи впливу й маніпулювання свідомістю за допомогою традиційних та Інтернет-ЗМІ аналізуються у працях О. Ануфрієвої, В. Бадрак, О. Василевич, В. Різуна, Т. Семигіної, О. Холода, С. Шандрук, О. Шерман. Аналіз законодавства, що регулює діяльність ЗМІ, висвітлено у працях О. Целуйка, С. Демського, О. Бондаренко.

Метою статті є розкриття поняття, функцій, рис та особливостей блогосфери як засобу масової комунікації в контексті розвитку інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу. В сучасному інформаційному середовищі ХХІ ст. найбільшої популярності набув такий засіб масової комунікації, як Інтернет – потужна мережа комп'ютерів, з'єднаних в єдиний інформаційний простір, який відкриває доступ до будь-яких

розміщених в ньому інформаційних баз даних (текстової, аудіо- чи візуальної інформації), надає змогу їх використовувати, обмінюватися даними, вступати в комунікацію з необмеженою кількістю осіб. До мережі Інтернет підключені тисячі бібліотек, підприємств, органів управління тощо. Однією з рис Інтернету є високий ступінь незалежності інформаційних пакетів, оскільки вони не підпадають під цензуру.

Розвиток засобів масової комунікації в мережі Інтернет спричинив зміни в суспільній психології, способі мислення людей. Такі засоби стали важливим чинником створення особистостей нового типу з особливою психологією та поведінковими реакціями, що реалізують ідеологічний, політичний вплив на людей, згуртовують їх в єдине ціле. Вплив мережі Інтернет на громадськість зумовлюється щонайменше двома функціональними завданнями:

1) відображення, фіксація, моделювання дійсності, тобто подій, фактів, соціальних відносин, а остаточною продуктом є інформація про цю дійсність;

2) зміна соціальної реальності й управління нею, утвердження, підтримання і трансляція ціннісних, нормативних орієнтирів суспільства, контроль за реалізацією управлінських рішень, регулювання соціальних відносин.

На практиці відокремити ці завдання важко, оскільки вони реалізуються в єдиному соціально-інформаційному просторі. До того ж процес функціонування Інтернет-ЗМІ за своєю природою є цілісним, важко піддається диференціації на рівні безпосередніх дій.

На сучасному етапі науковці активно сперечаються чи залишиться друковані видання: книга, газета або журнал, чи їх витіснять електронні ЗМІ. Однак, ДСТУ 7.83-2001 визначає, що електронне видання – це електронний документ (сукупність електронних документів), який пройшов редакційно-видавничу підготовку, призначений для поширення у незмінному вигляді. Окреслене поняття не є, на нашу думку, точним, оскільки завдяки технічним можливостям, вигляд видання можна змінювати, або ж взагалі видаляти всі згадки про існування певного ресурсу.

Науковці наголошують, що попри суттєві специфічні можливості, мережа Інтернет характеризуються такими загальними особливостями:

- широта аудиторії, спрямованість і швидкість інформаційного впливу;
- сила, комунікативність, постійність і багатофакторність впливу;
- єдність пропагандистського, виховного та інформаційного впливу;
- різноманіття методів і форм впливу;
- доступність, поширеність, динамічність інформації.

Існують такі характерні ознаки мас-медіа в мережі Інтернет:

- публічність (необмежене, персоніфіковане чи неперсоніфіковане коло споживачів);
- наявність спеціальних технічних засобів;
- непряма, розділена в просторі та часі взаємодія комунікаційних партнерів;
- різноманітність контингенту аудиторії;
- переважна односпрямованість впливу від комунікатора до реципієнта [2].

Блог – це вид Інтернет-видання, розміщене на певному сайті, який постійно оновлюється і може містити в собі записи, зображення чи мультимедіа.

Великий тлумачний словник сучасної української мови визначає поняття «блог» як веб-сайт, основний зміст якого – записи, статті або інші форми публікацій, що регулярно додаються; мережевий журнал подій чи мережевий щоденник із авторськими міркуваннями, коментарями та гіперпосиланнями. Необхідно додати, що, найчастіше, автори блогів розміщують або авторські матеріали, або посилання на матеріали обраних Інтернет-джерел [1].

Метою діяльності будь-якого засобу масової інформації є досягнення конкретних результатів як у сфері свідомості, так і практичних вчинків людини, групи людей, органів влади, громадських організацій тощо.

Як стверджує відома дослідниця Олена Кузнецова в дослідженні «Ідентичність блога і ЗМІ», блогосфера стає засобом масової комунікації, якщо кількість аудиторії сягає більше 1 000 осіб [3, 120].

Вміст блогу – це полоса, на якій в хронологічному порядку згідно з датами їхньої публікації блогер публікує один за одним дописи, так звані пости. Оскільки з часом у блозі накопичується багато постів, зазвичай, ця стрічка займає кілька веб-сторінок, тому найостанніший пост займає верхню частину першої сторінки, і чим давніше, тим нижче від нього містяться попередні пости, наприклад, всі пости за останній тиждень, друга сторінка присвячена постам за тиждень до того, третя сторінка ще давнішим, і так далі. Зазвичай сторінки блогу також містять посилання на архів блогу, тобто на попередні, згруповані за місяцями і роками пости. Отже, навігація блогу в хронологічному порядку є дуже легкою.

В середньому довжина замітки блогу становить 101 слово, заголовок – 2-3 слова. Майже половина всіх постів у блогах мають зображення, флеші, відеоролики.

Особу, яка постійно веде і оновлює блог, називають блогером. Професіоналізм блогера визначається популярністю блогу: кількістю постійних читачів, лінків, відвідувачів. Чим більша аудиторія, тим привабливіші блоги для рекламодавців. Тому блоги можна розглядати і як комерційний проєкт.

Позитивною рисою ведення блогів є, безсумнівно, відсутність контролю при виборі теми. Блогер найчастіше сам продумує концепцію власного видання (якщо така у нього є), сам себе редагує і на власний розсуд публікує матеріали. Очевидним позитивом є легкий доступ до видання, до його архівів. Безперечно, власник, за бажання, може повністю видалити всі згадки про блог або його публікації (ті, які не були опубліковані на інших сайтах). Також автор не має хронологічних меж: не зобов'язаний періодично оновлювати блог, може писати на актуальні та цікаві теми, які інколи обмежуються специфікою сайту: про культуру, політику, економіку.

Негативна сторона блогів стосується переважно користувачів, які ніколи не можуть на 100% довіряти публікаціям, оскільки останні можуть містити недостовірну, суб'єктивну, застарілу інформацію.

На думку дослідниці Щедрової Г.П., блогосфера як частина комунікативного простору характеризується низкою специфічних рис, таких як глобальність і демократизм: розмиті межі форм спілкування (відсутність чітких політичних, державних, економічних, соціальних і вікових обмежень) створюють можливості для включеності користувачів зі всього світу, міжкультурної, масової та міжособистісної комунікації. Характеризуючи риси блогосфери, вона наголошує й на таких її особливостях: суб'єктивність – висловлена позиція автора зазвичай відірвана від думки групи і представляє погляд певної особи, наприклад, індивідуального політика; використання анонімного авторства – прийом, який дозволяє уникати стереотипів або персоніфікації позиції, висловленої у блозі (тобто блогери намагаються привернути увагу більше до проблеми, аніж до спікера); гіперлокальність, тобто інформування про проблеми або події від імені обізнаного суб'єкта з певної теми; просторовість – блогосфера не обмежується кордонами, континентами, юрисдикцією держав. Саме тому блог є носієм міжнародної інформації й одночасно каналом її розповсюдження [4, 365].

Загальновідомо, що мережа Інтернет забезпечує представникам різних суспільних груп можливість публічно висловлювати свої думки, знаходити та об'єднувати однодумців, чітко формулювати та представляти в суспільстві свої інтереси. Проте науковці застерігають, що блогосфера може служити різним, не тільки демократичним, цінностям: як розвивати у людей прагнення до свободи, соціальної справедливості, допомагати їм у компетентній участі в політиці, так і духовно обмежувати, дезінформувати, залякувати населення, формувати недовіру і страх.

Залежно від авторства блоги класифікують таким чином:

Особисті – публікуються від імені автора.

Від імені особи – блоги ведуться від імені відомої особи, нерідко без її відома. Однак, інколи за наповненням такого блогу слідкує блог-секретар.

Групові.

Суспільні.

Беззаперечним є вплив Інтернет-ЗМІ на суспільну думку населення в кожній країні, оскільки основною функцією мас-медіа є інформування, що полягає у наданні людям інформації для роздумів. Існує багато чинників, від дії яких залежить популярність блогосфери. Це – авторитет автора (блогера), форма подачі інформації, характер аудиторії, рівень розвитку суспільства в цілому.

Блоги з багатотисячною аудиторією, інформацією, для яких допомагають збирати й опрацювати група осіб, за своєю організацією роботи нагадують редакцію Інтернет-ЗМІ. Такі блоги завдяки якісній, оригінальній, незаангажованій, перевіреній інформації стають Інтернет-ЗМІ. Про таких блогерів можна сказати, як зауважує Кузнецова О., що вони зробили себе журналістами і створили собі й іншим місце на ринку праці [4, 365].

Серед функцій блогосфери дослідники виділяють найголовніші:

– інформаційна – спрямована на задоволення інформаційних потреб індивідів і соціальних груп щодо різноманітних подій в суспільстві та світі;

– комунікативна – полягає в організації інформаційної взаємодії між різними соціальними верствами населення, а також між громадськістю та джерелом її інформування.

Проте найважливішою функцією блогосфери є формування суспільної думки серед членів того чи іншого середовища. Ця функція полягає в сприянні своїй аудиторії у виробленні й поширенні певних соціально-політичних орієнтацій чи цінностей. Хоча окремі блоги привертають увагу аудиторії як безконтрольні, інтерактивні, швидкісні засоби масової комунікації.

В цілому блоги сприяють розвитку демократії, соціалізації аудиторії, розвитку свобод, зокрема свободи слова, свободи ЗМІ, свободи доступу до інформації, свободи вираження думки, свободи оцінки, свободи масової комунікації.

Висновки. Ефективність функціонування медіасфери визначається ступенем її впливу на політичну, економічну, соціальну, культурну сфери життя суспільства. Найважливішою функцією Інтернет-ЗМІ є формування громадської думки серед членів того чи іншого суспільства. У дослідженні з'ясовано, що діяльність засобів масової комунікації полягає в забезпеченні обміну соціально важливою інформацією між великими групами людей в межах певного соціального мікросередовища. Зокрема в нашій роботі визначено, що блогосфера є соціальним інститутом, який забезпечує збирання, опрацювання і розподіл інформації в масовому масштабі на основі певних закономірностей, панівних у суспільстві.

Список використаних джерел

1. Бусел В.Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0000989>
2. Городяненко В. Г. (2003). Соціологія. URL: http://ebk.net.ua/Book/sociology/gorodyanenko_sotsiologiya/part3/3601.htm
3. Кузнецова О. Ідентичність блога і ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2013. Вип. 12. С. 117-123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2013_12_36
4. Щедрова Г. П. Блогінг як засіб політичної комунікації: теоретичний та прикладний аспекти. *Гілея: науковий вісник*. 2018. Вип. 130. С. 363-366. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2018_130_97

REFERENCES

1. Busel V.T. (2016). Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy [Large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language]. Retrieved from: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0000989>
2. Gorodyanenko V.G. Sotsiologhiia [Sociology]. Retrieved from: [http // ebk.net.ua/Book/sociology/gorodyanenko_sotsiologiya / part3 / 3601.htm](http://ebk.net.ua/Book/sociology/gorodyanenko_sotsiologiya/part3/3601.htm)

3. Kuznetsova O. (2013). Identity of the blog and the media. *TV and radio journalism*. 2013. № 12. 117-123. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2013_12_36
4. Shchedrova G.P. (2018). Blohinh yak zasib politychnoi komunikatsii: teoretychnyi ta prykladnyi aspekty [Blogging as a means of political communication: theoretical and applied aspects] *Gileya: scientific bulletin*. №130. 363-366. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2018_130_97

ЯРЕМЕНКО СВЕТЛАНА АНДРЕЕВНА, БАБИЧ ДАРЬЯ ВИКТОРОВНА. СТАНОВЛЕНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ НА ПРИМЕРЕ БЛОГОСФЕРЫ. *Исследовано понятие блога как средства массовой коммуникации, раскрыты теоретические аспекты функционирования блогосферы в современном информационном обществе, проанализирована структура, функции и особенности блогосферы в Украине. Показано, как происходит деятельность средств массовой коммуникации для обеспечения обмена социально важной информацией большими группами людей в пределах определенного социальной микросреды - блогосферы.*

Ключевые слова: *массовая коммуникация, Интернет-СМИ, блогосфера, блог, социальные медиа.*

YAREMENKO SVETLANA, BABICH DARYA. ESTABLISHMENT OF MASS MEDIA IN THE MODERN INFORMATION ENVIRONMENT ON THE EXAMPLE OF THE BLOGOSPHERE. *The concept of the blog as a means of mass communication is studied, the theoretical aspects of the functioning of the blogosphere in the modern information society are revealed, the structure, functions and features of the blogosphere in Ukraine are analyzed. It shows how the mass media works to ensure the exchange of socially important information between large groups of people within a certain social microenvironment - the blogosphere.*

Key words: *mass communication, Internet media, blogosphere, blog, social media.*