

ТЕКСТ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕДІА: ТРАНСФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ. ФАХОВА ПІДГОТОВКА ПРАЦІВНИКІВ ПРЕС-СЛУЖБ

Смуть А. Г.

кандидат наук із соціальних комунікацій,

доцент кафедри соціальних комунікацій

Міжнародного економіко-гуманітарного університету

імені академіка Степана Дем'янчука

м. Рівне, Україна

Зміни, що пов'язані із активною експансією новітніх цифрових медіа у всі сфери комунікаційних платформ суспільства, диктують новітній підхід та бачення і у застосуванні тексту як комунікаційної складової.

Одиницею писемної мови вважається текст. Це смислово пов'язаний зв'язок речень, які створюють у результаті певну якісно нову цілісність [9]. Мова як вид людської діяльності завжди була зорієнтована на виконання певного комунікативного завдання. Це стосується не лише усного спілкування, а й писемного.

Поява новітніх медіа, діяльність яких тісно пов'язана із мережею Інтернет, поставила серйозні виклики перед усіма сферами застосування тексту як комунікаційної складової. Особливої гостроти це набуло у сфері функціонування традиційних засобів масової інформації та структур і служб, які відповідають за зв'язки з громадськістю та медіа.

Актуальність даного дослідження полягає у тому, що текст як традиційну мовленнєву зв'язну ланку на цифрових платформах витіснило поняття гіпертекстуальності – (англ. Hypertext) – документ (текст), що містить гіперпосилання на інші документи, які можуть бути відображені безпосередньо з вихідного (первинного) документа, шляхом активізації гіперпосилання, в якому грамотне відмінювання чи то імені чи структури не є обов'язковим. Веб-оглядач переміщує користувача інтернету з одного документа на інший, як тільки той вказує на гіперпосилання [9].

Разом з тим, такі нововведення та багатофункціональність електронного тексту, а з іншого боку розширення технічних можливостей засобів візуалізації, у комплексі дало можливість відмовитись від традиційних форм комунікації із своєю аудиторією. А саме: прес-реліз, його розсилка електронною поштою, замітка, стаття – такі види інформаційних жанрів фактично рідко застосовуються представниками прес-служб певних структур.

Натомість їм на зміну прийшли короткі дописи із гіперпосиланням, відео та фото колажі у соціальних мережах. Розміщення такого типу інформації розповсюджується з великою швидкістю.

Водночас, таке нововведення негативно впливає на грамотне та всебічне висвітлення вузькотематичної інформації. Фаховий підхід у написанні статей про діяльність міністерств, відомств, стратегічних підприємств, стає схожим більше на майданчики для фотосесії за участю керівників певних установ. Не останню роль тут, звісно, відіграє і фахова підготовка представників прес – служб тощо.

Мета статті полягає у виявленні причин переходу прес-служб на виключно цифрові платформи комунікації та відмову від традиційних моделей спілкування з аудиторією, фіксації наслідків надмірного захоплення цифровими моделями комунікації.

Темі видозмін тексту та його новітніх форм застосування приділило увагу чимало науковців. Зокрема А.Л.Татаренко [9] досліджує поняття гіпертексту та походження окремих аспектів функціонування термінів. Соціальні мережі як новий інструмент ведення інформаційних війн у сучасному світі вивчає Б.В.Ковалевич. Проблемами гіпертекстуальності зацікавилися і, відповідно, здійснюють їх аналіз, провідні дослідники поетики постмодернізму (Т. Денисова, А. Мережинська, Г. Сиваченко), їхньому вивченню присвячено дослідження Л. Сокол [17]. Соціальні мережі як інструмент впливу на свідомість людини вивчають такі дослідники як Д. Губанов [1], В. Сазонов [6].

Високоякісні та багатофункціональні гаджети з одного боку, а з іншого – швидкісний інтернет, нівелювали відчуття часу та простору серед передавачів та отримувачів інформації. Такий важливий комунікаційний принцип в новинній журналістиці, як оперативність, сьогодні реалізовується з блискавичною швидкістю. Класичну за структурою модель прес-конференції чи брифінгу представники прес служб зазвичай висвітлюють за допомогою коротких дописів у мережі Facebook, розбавляючи набором подієвих світлин у додатку Instagram. Такі нашвидкоруч написані тексти, не вимагають від власників якісних телефонів великих знань та зусиль. Як результат, маємо досить примітивні моделі текстів, які з одного боку досить легко сприймаються аудиторією, а з іншого не відтворюють повноти інформації.

Чимало прес служб таку прогалину намагаються заповнити, адресуючи за гіперпосиланням своїх підписників до своїх сайтів, на яких і пропонують своїм читачам повну версію інформприводу.

Втім, такі випадки сьогодні починають нести все менший характер. Зазвичай, прес-служби обходяться виключно додатками у соціальних мережах.

Такі видозміни породжують абсолютно тотальну залежність від соціальних медіа та їх платформ. А з іншого боку свідомо відштовхують аудиторію від засвоєння та прочитання великих та змістовних текстів. Короткий опис інформприводів та їх «щедра» візуалізація породжують ще одну проблему, яка, насамперед, стосується підростаючого покоління

та молодих фахівців – необов'язковість грамотно писати та читати. На перше місце виходить уміння користуватись смартфоном та його додатками.

Все це у результаті призводить до дефіциту якісної подачі та сприйняття інформації, що не може не турбувати сьогодні.

Література:

1. Губанов Д. А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили // М. : Физматлит, 2010. – 228 с.
2. Изучение влияния в социальных сетях с помощью Klout [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cossa.ru/articles/152/14238/>
3. Новости от Google Analytics: глубокий анализ социальных сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecomspace.ru/blog/services/post/2931>
4. Растет интерес туристов к Исландии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.travel.ru/news/2011/12/16/196460.html>
5. Родькин П. Бренд территории – новая реальность с доставкой по интернету / П. Родькин. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prdesign.ru/text/2012/internetbrand.html>
6. Сазанов В. М. Социальные сети – анализ и перспективы / В. М. Сазанов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spkurdyumov.narod.ru/sazonov.htm>
7. Семенов Н. А. Социальные сети, перспективы развития и способы монетизации. Часть 1 / Н. А. Семенов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/22811/>
8. Суворова И. Facebook и Twitter: источники новостей нового поколения? / И. Суворов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cossa.ru/articles/149/15851/>
9. Татаренко А.Л. «Гіпертекст», «гіпертекстуальність», «ергодична література»: походження та окремі аспекти функціонування термінів: [Електронний ресурс] / Алла Татаренко // Доступно з: <http://surl.li/athpe>.
10. Твітер Ю. Тимошенко [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/#!/Yulia Tymoshenko>
11. Тенденции развития социальных сетей: прогноз на 2012-2015 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.livejournal.ru/tech/themes/id/2783>
13. Українська інтернет-революція [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=Gcgdt4K7gb4>