

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАЧА КОНТЕНТУ

Костюк В. С.

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука» (м. Рівне, Україна)*

Науковий керівник: Климюк В. В.

*кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри соціальних комунікацій
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука» (м. Рівне, Україна)*

Анотація. У статті досліджено особливості впливу соціальних мереж на формування культури серед споживачів контенту, взаємодії представників різних культур. Проаналізовано роль соціальних мереж як ефективного чинника міжкультурної комунікації. Визначено основні способи просування контенту та способи впливу соціальних мереж на різні аспекти людського життя, зокрема на рішення, цінності, індивідуальні погляди та переконання.

Ключові слова: соціальні мережі, культура, контент, інформація.

Abstract. The article examines the peculiarities of the influence of social networks on the formation of culture among content consumers, the interaction of representatives of different cultures, and the role of social networks as an effective factor of intercultural communication is analyzed. The main ways of promoting content and ways of influencing social networks on various aspects of human life, in particular on decisions, values, individual views and beliefs, are defined.

Keywords: social networks, culture, content, information

Актуальність теми дослідження обумовлена суспільними та культурними змінами, що відбуваються як у нашій країні, так і в усьому світі. Внаслідок повномасштабної війни на території України, важливим стає питання виявлення та розуміння національної ідентичності, що потребує дослідження для побудови позитивного образу країни.

Глобалізація світу значно вплинула на крос-культурну комунікацію в глобальному інформаційному просторі, тому проблема розуміння соціально-мережевої взаємодії в умовах сучасного суспільного розвитку є дуже важливою. Використання соціальних мереж має великий потенціал для популяризації української культури, оскільки вони є ефективним та доступним інструментом для поширення інформації.

На сучасному етапі створення та розповсюдження контенту на культурні теми вимагає активної участі органів влади, впливових осіб і звичайних користувачів соціальних мереж. Цей процес вимагає значної уваги, оскільки він спрямований на формування національної свідомості серед внутрішніх користувачів та підкреслення культурної самостійності України у вічах світової громадськості.

Класифікація та особливості використання соціальних мереж як нових медіа розглянуто у роботах таких авторів, як Н. Зражевська А. В. Назарчук, Г. Почепцов, І. Левін, та ін.

Особливості створення контенту на культурну тематику та його просування розглянуті в роботах Гаврилюк О. Трач Ю. М. Поплавський та ін.

Мета дослідження полягає у визначенні соціальних мереж як ефективного способу популяризації культури та поширенні міжкультурної комунікації.

Визначена мета передбачає визначення основних сучасних методів просування контенту.

Людські суспільства існують не лише в умовах мінливої системи, нав'язаної більшістю явищ сучасної технологічної епохи, а й через прагнення людей йти в ногу з науковим прогресом і отримувати вигоди від інформаційно-комунікаційної революції. Однак, цей прогрес повинен супроводжуватися постійною оцінкою всього, що створюється за допомогою цих технологій, щоб вони відповідали потребам особистості та суспільства, не суперечачи при цьому системі людських цінностей і норм. Водночас, науково-технічний прогрес вже змінив поведінку та цінності індивідів, тому важливо долати виклики, які протирічать культурі та людським цінностям конкретного суспільства, і знаходити шляхи оптимального використання природних та людських ресурсів.

Розвиток сучасних інформаційних технологій привів до появи нових форм спілкування між людьми. Інтернет став головним джерелом отримання інформації, і все, що відбувається в сучасному суспільстві, знаходить своє відображення у віртуальній реальності. Соціальні мережі набувають все більшої популярності у всьому світі, і щодня мільйони людей витрачають свій час та увагу на обговорення різних питань онлайн, формуючи соціальну модель віртуальних просторів.

Сучасні комунікаційні технології дозволяють створювати Інтернет-спільноти з будь-якими специфічними ознаками, такими як освіта, професія чи вік. Ці спільноти виникають в умовах прискорення соціального часу та інтенсифікації поширення нових форм у процесі суспільного відтворення. Стабільні взаємозв'язки поступаються місцем постійним змінам, і суспільство стає схожим на спільноту рефлексії та обміну.

Дослідник А. Назарчук розглядає мережеве суспільство як «появу цілком нової якості соціальної комунікації, яка стрімко змінює інститути та практики сучасного суспільства» [1]. На думку дослідників, соціальні мережі та онлайн-платформи є головними причинами збільшення часу, проведеного в Інтернеті сьогодні. Їх головною перевагою є можливість користувачів заявляти про свої інтереси та ділитися ними з іншими. Це дозволяє стверджувати, що соціальні мережі є не лише засобом спілкування, а й потужним інструментом маркетингу, і стали необхідними для проведення різноманітних кампаній. [2]

Культурні норми і цінності, які включають спільні переконання, очікування та ставлення, відображають поведінку і світогляд групи людей. Ці норми підтримують цінності, типові для соціальної групи, і проявляються в тому, як люди одягаються, говорять і взаємодіють один з одним. Культурні норми і цінності можуть передаватися з покоління в покоління, впливаючи на поведінку людей у різних ситуаціях та формуючи їхнє сприйняття світу. Народні звичаї є прикладом соціальних норм, що інформують про прийнятну поведінку. Завдяки універсальним культурним нормам, таким як повага до старших, влади, приватного життя та власності, а також почуття порядку, можна забезпечити гармонійне функціонування суспільства.

Культурні цінності складаються з п'яти компонентів: естетичної, соціальної, символічної, духовної та освітньої, що відповідають таким цінностям як повага, сім'я, освіта, свобода і рівність. Вони включають спільні вірування, звичаї та практики групи, допомагаючи визначити культуру суспільства та слугуючи основою його ідентичності.

Соціальні мережі змінили спосіб взаємодії між людьми, надаючи можливість зв'язуватися з представниками різних культур по всьому світу, що істотно переосмислило методи комунікації та обміну інформацією. Завдяки соціальним мережам зросла кількість обговорень і дискусій на різноманітні теми, і люди отримали можливість кидати виклик традиційним соціальним нормам.

Соціальні мережі також вплинули на самосприйняття та взаємини між людьми. Дослідники зазначають, що глобальність віртуальної взаємодії сприяє появі персонально-анонімного спілкування. Соціальні зв'язки в мережі відзначаються більшою знеособленістю та швидкоплинністю: контакти легко встановлюються і так само легко розриваються. Постійна

необхідність бути залученим у життя мережевого співтовариства вимагає від користувачів вміння будувати складні комунікативні форми, оскільки у мережевому спілкуванні бракує додаткових невербальних сигналів, таких як жести, міміка та інтонація [3].

Сьогодні люди схильні ділитися особистою інформацією та думками в соціальних мережах, що може як позитивно, так і негативно впливати на їхню самооцінку. Крім того, спілкування з людьми з усього світу може призвести до посилення відчуття самотності та ізоляції, якщо цей процес не контролювати належним чином.

Соціальні мережі змінили спосіб споживання новин та медіа. Поширення дезінформації та пропаганди частково зумовлене тим, що люди все частіше отримують новини з платформ соціальних мереж. Це може призвести до формування думок на основі упередженої або неправдивої інформації, що серйозно впливає на соціальні норми. Однак соціальні мережі також можуть надавати інформацію таким чином, щоб покращити координацію щодо норм чи дій, створюючи загальновідомі відомості.

Таким чином, соціальні мережі можуть впливати на різні аспекти людського життя, зокрема на рішення, цінності, індивідуальні погляди та переконання щодо того, що є прийнятним, через подання різних історій і подій. Як зазначають дослідники, «соціальні мережі, представлені вебзастосунками, що дозволяють людям взаємодіяти між собою, створюють середовище для обміну різноманітним контентом, який створюється іншими медіаінструментами, і є ефективним інструментом розвитку міжкультурної комунікації, оскільки надають можливість не лише вільно спілкуватися, але й відкривати для себе міжкультурні цінності та легко адаптуватися до них» [4].

Соціальні мережі впливають на спосіб мислення людини та загальний спосіб її життя, сприяючи трансформації особистості та формуванню нових переконань, зокрема щодо гендерних ролей, расових та релігійних питань. Вони допомагають зрозуміти різні точки зору та думки, надаючи інформацію про різні культури. Такий вплив спричиняє трансформацію людських цінностей, а ознайомлення з різними типами цінностей і переконань може допомогти зрозуміти власні. Виробники медіаконтенту часто мають свої соціальні інтереси, тож пропонують медіаконтент, що просуває або спростовує певні точки зору. Організації різного типу, включаючи уряди, корпорації, некомерційні організації та коледжі, намагаються формувати медіаконтент, щоб рекламувати себе та свої цінності. У найжорсткішій формі, на рівні уряду, цей тип медіа-впливу може стати пропагандою, комунікацією, яка намагається переконати аудиторію в ідеологічних, політичних чи комерційних цілях. Пропаганда часто, але не завжди, спотворює правду, вибірково подає факти або використовує емоційні заклики.

Основною причиною впливу соціальних мереж на масову культуру є їхня велика популярність серед користувачів Інтернету. На початок 2023 року кількість користувачів соціальних мереж по всьому світу складала 4,76 мільярда і постійно зростала (Кемп, 2023). За допомогою технології Web 2.0, користувачі Інтернету активно поширюють різноманітний контент, який трансформує масову культуру шляхом не лише комерціалізації та вимоги до яскравості та видовищності, а й впливає на утворення певних стереотипів сприйняття та поведінки тощо. Цим самим культурні тексти масової культури набувають популярності, залучаючи все більшу аудиторію, що сприяє культурному обміну та міжкультурному діалогу. Такий взаємозв'язок між соціальними мережами і культурним простором дозволяє виявити ознаки та особливості модернізації різних спільнот у контексті глобальних та регіональних процесів на різних рівнях. Водночас, через свою "вседозволеність", соціальні мережі іноді підтверджують стереотипи щодо масової культури як культури розваг та аморальності, що може спричинити розмови про певну культурну деградацію загалом. [5]

Існує й інший аспект взаємодії між соціальними мережами і цінностями: протягом усіх епох культурні цінності впливали на спосіб створення, використання та контролю засобів масової інформації, включаючи соціальні мережі.

Свобода слова є однією з ключових цінностей в сучасному цивілізованому світі, проте слово та преса не завжди функціонують абсолютно вільно - культурні норми встановлюють певні межі, в тому числі і обмеження щодо висловлення непристойних думок. Однією з переваг соціальних мереж є сприяння свободі слова та самовираженню, які є важливими цінностями у сучасному суспільстві. Соціальні мережі надають платформу для вільного обміну ідеями, самовираження та проведення публічних дискусій на різноманітні теми. Завдяки соціальним медіа, людей стимулюють до активної участі у громадському житті, наприклад, Twitter став привабливим інструментом для політичних активістів. Крім того, соціальні мережі сприяють розвитку творчості та є джерелом натхнення для багатьох осіб, де вони знайомляться з різними історіями та подіями з усього світу та розвивають свою індивідуальність.[6]

У сучасному світі соціальні мережі виконують роль як механізму збереження, так і засобу трансляції культурних цінностей і норм, а також сприяють консолідації, самоорганізації і культурній ідентифікації соціальних груп.

Соціальні мережі вносять зміни у культурні цінності, такі як повага, сімейні цінності, освіта, свобода та рівність, а також у норми, наприклад, ставлення до старших, влади, приватного життя та власності, а також почуття порядку. Це проявляється у способі міжкультурного та міжнародного спілкування, взаємодії між людьми, сприйнятті себе та

взаємин з іншими, а також у споживанні новин та медіа. З іншого боку, культурні цінності впливають на самі соціальні мережі, визначаючи необхідність дотримання певних суспільних норм.

У різних культурах користувачі соціальних мереж переважно створюють контент, що відповідає їхнім емоційним цінностям. Проте, варто зауважити, що вони також схильні бути більш вразливими до контенту, який порушує ці цінності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Олешко С. Дипломатія і культура, або Онух розумніший за мене. URL: <http://culture.pl/ru/article/diplomatiya-i-kultura-abo-onuh-rozumnishiy-zamene>
2. Особливості ефективної взаємодії соціальних мереж та українських інтернет-ЗМІ. URL: <https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd>
3. Трач Ю. В. Соціокультурна взаємодія в Інтернет-просторі. Питання культурології. 2017. Вип. 33. С. 206–213.
4. Конюкова І. Я., Сидоровська Є. А. Тенденції розвитку міжкультурної комунікації в соціальних мережах. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2022.
5. Гаврилюк, О., & Гнатюк, А. (2023). Взаємовплив соціальних мереж і масової культури: роль і значення алгоритмів. Питання культурології, 42, 90–101. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293710>
6. Гаврилюк О. П. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2023. № 3

УДК 811.111"1"373.2

ТРЕНДИ І МЕМИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ПІД ЧАС ВІЙНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

Мудра А. О.,

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука» (м. Рівне, Україна)*

Науковий керівник: Зубарець А. В.,

*асистент кафедри соціальних комунікацій
Приватного вищого навчального закладу
«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука» (м. Рівне, Україна)*

Анотація. Стаття присвячена впливу соціальних мереж та мемів на українське суспільство під час війни і має на меті розкрити різнобічні аспекти цього явища. Аналізуються позитивні та негативні наслідки