

УДК 004.55

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА ЯК ФОРМА ТА ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ

Зачко В.І.

к. н. соц. ком., доцент каф. ІДМК Мельник С.П.

Одеський Національний Політехнічний Університет, УКРАЇНА

АНОТАЦІЯ. В даній роботі розглядається соціальна мережа стосовно функціонування сторінки GameHub на фейсбуці як форма та засіб комунікації, а також доглядається вплив соціальних мереж на спілкування між людьми.

Вступ. В XXI столітті необхідно вивчати соціальне і світоглядне сприйняття кризь призму мережі Інтернет, в рамках того, що вона надає нові різновиди віртуального спілкування, що в наш час набуває великої значущості і стає одним з основних видів взаємодії людей в сучасному світі. Така взаємодія є важливою для успішного виконання міжнародних проєктів, прикладом якого є проєкт ЄС *Erasmus+KA2 "GameHub: університетсько-підприємницьке співробітництво в ігровій індустрії в Україні* (№ 561 728-EPP-1-2015-1-ES-EPPKA2-SBHE-JP).

Метою даної роботи є вивчення соціальних мереж як одного із різновидів комунікації та характеристика функціонування *GameHub* як способу взаємодії між вченими, студентами Одеського національного політехнічного університету з іншими науковими та дослідницькими організаціями, представниками комп'ютерної ігрової індустрії тощо.

Комунікація – це процес створення та передачі інформації від однієї людини до іншої або між групами людей по різних каналах і за допомогою різних комунікативних засобів [1, 126]. Але з точки зору інтеракціоністського наукового підходу поняття «комунікація» зводиться до взаємодії людей через мову та символи [2, 6]. Щодо цього в сучасному світі величезна кількість контактів людей здійснюється через Інтернет як нової сфери соціокомунікативної діяльності кінця XX століття – електронної комунікації. А саме соціальна мережа – це соціальна структура, яка утворена індивідами або організаціями та відображає розмаїття зв'язків між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними діловими зв'язками. Комунікація як процес містить у собі такі складники як *адресант, адресат, повідомлення, канал, зворотній зв'язок*.

Розглядаючи соціальну мережу більш глибоко як форму та засіб комунікації, можна виявити те, що комунікативні зв'язки в неї поділяються за типами: односторонні і двосторонні, як й мережі друзів, колег, однокласників, однокурсників тощо. *Адресантом* (ініціатором комунікації) в соціальних мережах є окремі індивіди, групи людей, громадські інститути (наприклад, громадські установи, фірми, політичні партії), вони з метою впливу на одержувача передають певне повідомлення. *Повідомлення* – це власне інформація, текстові масиви, за допомогою яких відправник хоче вплинути на споживача, викликаючи реакцію – *зворотнім зв'язком* (наприклад, різноманітні пости, фото або відео матеріали, зображення та коментарі відносно них тощо). *Канал* – це спосіб або засіб, за допомогою якого повідомлення передається від джерела інформації до одержувача. Тут каналом виступає Інтернет (якщо взаємодія відбувається у режимі чату) або сама соціальна мережа як комунікативний інструмент ділової, комерційної, політичної або міфологічної комунікації. Як показують недавні події з президентськими виборами в США, саме соціальні мережі були головними інформаційно-комунікативними каналами впливу на електорат виборців (наприклад, групи та пабліки в Facebook, Twitter тощо). *Адресатом* (одержувачем комунікативного повідомлення) є аудиторія.

Відповідно до сучасних досліджень, соціальні мережі перетворюються в простір формування та закріплення різноманітних культурних стереотипів. Ними користуються 82% від всіх Інтернет-користувачів світі – це 1,2 млрд. осіб [3]. Високий рівень їхнього проникнення відображає один з головних трендів глобальної мережі – як тільки люди підключаються до Інтернету, вони негайно починають контактувати з іншими людьми. Ще більш красномовна статистика часу проведеного користувачами в мережі – за останні кілька років кількість годин, яку люди провели в соціальних мережах, збільшилася втричі. У жовтні 2011 року використання соціальних мереж стало найпопулярнішим заняттям серед Інтернет-аудиторії. З 5 хвилин в

Інтернеті одна проводиться в якій-небудь соціальної мережі. У березні 2007 року соціальні мережі займали у користувачів лише 6% часу. Сьогодні відсоток тих, хто використовують соціальні мережі у світі коливається від 53% у Китаї до 98% в США. У 41 країні із 43 досліджених цей рівень вище 85%. Час, що проводиться в соціальних мережах, збільшився за останній рік принаймні на 35% у кожному з розглянутих регіонів [3].

Таким чином соціальна мережа може розглядатися як спілкування, так й як комунікація.

Поняття «спілкування» має практично-духовний та міжособистісний характер взаємодії (наприклад, спілкування друзів приватного характеру), а поняття «комунікація» при цьому є суто інформаційним процесом – передачею тих чи інших повідомлень [4, 18]. Вона стосується ділових або комерційних стосунків, підтримання корпоративної культури певної організації, створення та підтримка позитивного іміджу установи тощо.

Соціальні мережі давно перестали бути розважальними або зв'язувальними методами які об'єднують людей з усього світу, сьогодні вони більш виступають успішним інструментом реклами та PR. Якщо йдеться про PR та рекламу, то це перш за все формування іміджу, оскільки організація або особа дає інформацію певного характеру, щоб формувалася думка з якого-небудь питання, позиціонує себе відносно до чогось. У контактуванні в соціальних мережах реалізуються кілька видів комунікації: міжособистісна, міжгрупова (міжсоціумна), комунікація між собою і групою, між групою та суспільством, між особою та суспільством [5, 132]. Також на сьогодні соціальні мережі можна розглядати яка специфічний різновид електронних (мережевих) засобів масової інформації.

У комунікативній ситуації мережевого спілкування існують такі форми мовлення: монолог, діалог та полілог, які в умовах спілкування в Інтернет-середовища набувають нових специфічних ознак. Монологічне мовлення в умовах спілкування в соціальних мережах набуває спрямованості на діалог. Монолог як підвид діалогічного мовлення, оскільки він є реплікою з великого діалогу, а отже, є орієнтованим на відповідь. Пишучи повідомлення, статуси або пости людина усвідомлює, що її тексти будуть прочитані іншими, а тому використовує різноманітні риторичні запитання, звертання до потенційних співрозмовників. Такі повідомлення, а також повідомлення з цитатами або посиланнями є підвидом монологічного мовлення, проте спрямовані на прагнення поділитися інформацією, а отже мають потенцію до перетворення на діалог або полілог (полеміку), за умови зацікавлення з боку інших та їх замученості шляхом коментування або поширення. Відмінністю полілогу від діалогу є те, що він спрямовується не на конкретного адресата, а на широку аудиторію. Діалогічні повідомлення можуть надсилатися приватно, залишатися на персональній сторінці або створюватися із зазначенням конкретного адресата [5, 136]. Аналогією на невербальне спілкування в соціальних мережах можуть виступати «лайки» та «гіфки» [6, 28]. Своєрідним зверненням уваги та залученням інших до спілкування є завантаження нових фотографій або заміна головної фотографії профілю.

У полілогічному спілкуванні всі учасники є рівноправними, кожен має право висловити свою думку та бути почутим. Таке спілкування ініціюється адресатом, який створює повідомлення, яке має формальну структуру монологічного мовлення. Якщо ця тема є цікавою іншим, вони висловлюють свої думки, коментують, в процесі коментування можуть зароджуватися суперечки, в межах полілогу можуть формуватися діалоги, якщо двоє з учасників комунікації мають протилежні думки та розгортають тему в цікавому для них напрямку.

З огляду на сказане проект «GameHub» (розробка комп'ютерних ігор в освітньо-виробничих напрямках діяльності) у соціальній мережі Facebook є з одного боку одним із засобів контактування між різними цільовими групами, наприклад, *науковець – науковець, дослідник – викладач, викладач – студент, група викладачів – представник держустанови, «дослідник – представник комерційної організації»* тощо [7]. Через такий засіб комунікації відбувається позиціонування науково-дослідницької роботи вчених та викладачів ОНПУ в сфері інновацій комп'ютерного забезпечення з метою залучення до співпраці наукових, дослідницьких, державних установ з комерційними організаціями стосовно просування новітніх

інтелектуальних та технічних виноходів у вигляді комп'ютерних ігор. Отже, мета проекту – за допомогою комп'ютерної гри, яку створює викладач, полегшити сприйняття матеріалу для студента під час навчання, розробити власні методичні матеріали для наукової дисципліни. Так є викладачі ІТ-спеціальностей Інституту комп'ютерних систем ОНПУ, спеціальностей та напрямків підготовки Гуманітарного факультету ОНПУ: «Документознавство та інформаційна діяльність», «Культурологія» тощо, які зацікавлені в підвищенні інтересу студентів до вивчення дисциплін, пов'язаних з розробкою ігор, а також студенти гуманітарних спеціальностей ОНПУ, які зацікавлені в напрямку вивчення факультативних дисциплін «Маркетинг комп'ютерних ігор» та «Маркетингова гейміфікація» тощо. Учасники проекту соціальну мережу «GameHub» використовують для того, щоб якомога більше людей дізналося про даний проект не тільки в Україні, а й в світі, а також залучити до співпраці державні установи та комерційні організації, за участю яких можна створювати, розробляти та поширювати інновації комп'ютерного забезпечення не тільки в навчальній сфері, але й в загалі в соціальній як оригінальний спосіб покращення якості життя щодо адаптування до сучасних форм соціокомунікативної діяльності серед категорії людей, яким потребує соціальна та психологічна допомога, щоб реалізувати себе (учні, ветерани АТО, безробітні тощо), взаємодіяти в суспільстві и бути корисним для суспільства. Таким чином, сторінка Facebook проекту «GameHub» – це зручний спосіб трансляції соціально значної інформації для привертання уваги стосовно рішення соціальних проблем, питань з навчання та освіти в глобальному масштабі.

З іншого боку контактування учасників проекту «GameHub» через соціальну мережу Facebook є формою комунікації, коли під час спілкування пишуть приватно повідомлення один одному, використовуючи чат або висловлюють свої думки, коментують, ставлять «лайки», фотографії та «гіфки», перетворюючи монолог у діалог або у полілог.

Таким чином, соціальна мережа Facebook проекту «GameHub» є способом організації міжлюдських контактів, мінімально залежним від часу та простору. Хоча для неї характерна відсутність чіткої структури та єдиного центру, авжеж кожен учасник проекту в цій соціальній мережі є творцем власного дискурсу та співавтором загального Інтернет-середовища.

Висновки. Отже, в сучасному світі комунікація між людьми спростилася до максимального рівня. У наш час величезна відстань між людьми тепер не перешкода для спілкування. Розвиток Інтернету перетворило людство в одне велике «глобальне село» за визначенням М. Маклюєном і дало можливість організації комунікацій людям з різних частин планети в режимі реального часу [1, 94]. Зростання соціальних мереж – глобальний культурний феномен. Незалежно від того, наскільки добре розвинені в окремо взятій країні держуправління, інфраструктура та можливості Інтернет-з'єднання, рівень популярності соціальних мереж повсюдно зростає. Сформувався покоління, яке володіє новими ідентифікаційними параметрами і сприймає віртуальну реальність як реальне середовище проживання. мережа Facebook проекту «GameHub» є одним із різновидів віртуальної комунікації, яка допомагає взаємодіяти різним соціальним групам між собою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Основы теории коммуникации*. Учебник / под редакцией проф. М. А. Василика [Текст]. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
2. *Яковлев, И. П.* Ключи к общению. Основы теории коммуникаций [Текст]. – СПб. : «Авалон», «Азбука-классика», 2006. – 240 с.
3. *Социальные сети в 2011 году: исследование comScore* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.sarafannoeradio.org/analitika/1043-socialnye-seti-v-2011-godu.html>
4. *Ильин, Е. П.* Психология общения и межличностных отношений [Текст]. – СПб. : Питер, 2010. – 576 с.
5. *Каптюрова, В. В.* Синкретизм монологу, діалогу та полілогу в Інтернет-комунікації. / В. В. Каптюрова // Мовні і концептуальні картини світу. —К.: 2013. — Вип. 43(2). — С. 129 -137.
6. *Шевякова, Л.П.* [Основные формы общения в Интернете и их особенности](#) // [Образование. Коммуникация. Ценности.](#) / (Проблемы, дискуссии, перспективы). По материалам круглого стола «Коммуникативные практики в образовании», 19 ноября 2004 года. Под ред. С.И. Дудника [Текст]. – [СПб. : Санкт-Петербургское философское общество](#), 2004 – С.26 – 29
7. Офіційний сайт GameHub.[Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://gamehub-cbhe.eu/ua/gamehub-in-ukraine/gamehub-onpu/>.