

БАЗОВІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ АМАТОРСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА УКРАЇНИ

У статті досліджено етичні аспекти соціальних комунікацій аматорських інтернет-медіа України. Розкрито базові принципи їх функціонування та дотримання. Аматорські медіа класифіковано та частково структуровано. Розглянуто соціальні комунікації аматорських медіа в площині вивчення різних аспектів соціального існування соціуму: етичного, комунікативно-го, психологічного, перцептивного.

Ключові слова: аматорські медіа, рівні, етичні принципи, портал, блог.

I. Вступ

Нині Україна проходить нелегкий етап свого становлення. Події останніх років досить сильно зміцнили імідж держави на світовій арені, оскільки багато країн Євросоюзу зараз підтримують нас та допомагають подолати російського агресора. Водночас імідж України дещо нестабільний через досі неприйнятні реформи, яких так очікують ЄС та українці.

Теми висвітлення подібної тематики пронизують усі можливі медіаплатформи українського медійного простору. Традиційні засоби масової інформації подають відомості зі своєї трибуни в тому ключі, який їм продиктований державою, Кабінетом Міністрів. Інформаційна політика українських медіа інколи просто вражає: джинса, часткова правдивість, заангажованість, порушення етичних норм – усе це призводить до викривленого сприйняття інформаційного простору України, насамперед, самими українцями.

Не дивним у такому ключі стає розвиток так званих аматорських медіа в Україні, що набувають дедалі більшої популярності. У цьому дослідженні хочеться зробити акцент на існуванні в них етичних комунікативних принципів.

II. Постановка завдання

Мета статті – дослідити провідні етичні принципи функціонування українських аматорських медіа. Об'єктом дослідження є аматорські медіа завантаження інтернет-простору України. Предметом – сучасні етичні активні процеси, що відбуваються в Мережі за допомогою аматорських медіа.

III. Результати

Не можна нехтувати тим фактом, що аматорські медіа зародились приблизно тоді, коли й соціальні мережі (1995–1997 рр.). Відтоді починаємо нараховувати постійне зростання непрофесійних коментарів, завантажень і в результаті маємо таке явище, як блогосфера. Саме вона стала початком величезного різноманіття аматорських медіа,

до яких ми зараховуємо такі види: влоги, артлоги, подкасти, лінклоги, аудіоблоги тощо.

Слід приділити увагу найпопулярнішим медіазавантаженням, оскільки саме через їх процеси функціонування ми будемо досліджувати дотримання/недотримання етичних принципів соціальних комунікацій Мережі.

Соціально-комунікативна ситуація сьогодення має певний ряд основних постулатів розвитку, що дають їй поштовх для відкриття нових питань та становлення загалом. Тобто онлайніві інтернет-газети, новини, текстові інформаційні документи тощо можуть розповсюджуватися від одного користувача до іншого або до групи користувачів в електронному вигляді, а не через попереднє роздрукування. До такої інформаційної діяльності онлайн ми зараховуємо спілкування за допомогою блогів. Подібна діяльність створює умови для експлуатації електронних технологій з метою задоволення довільних інформаційних потреб населення. Зауважимо, аналогічні послуги надати не можуть традиційні ЗМІ, адже вони не здатні працювати незалежно від простору й часу, створюючи онлайн-ілюзію реального спілкування. Безпосереднє налагодження стосунків між блогерами та їх аудиторією стало можливим лише з появою електронної комунікації й розвивається за допомогою блогів [1, с. 21].

Онлайн-трансляції можна кваліфікувати як провідну й найголовнішу рису вищезазначеного сайту. Ми вважаємо, що цей процес можна описати як персональні завантаження власних прямих ефірів у Мережу, де юзер виконує роль усієї знімальної групи. Такий процес не може відбуватися без реєстрації та технологічної підготовки – вебкамери та знаходження на сайті безпосередньо. Основна можливість таких відеотрансляцій, на нашу думку, дещо збігається з метою блогосфери (тільки в усному форматі) – розповісти те, що хвилює особисто автора, висловити власну авторську Я-позицію.

Медіадіяльність аматорських медіа пропонуємо називати системою факторів, спрямовану на збір інформації, її опрацювання, конструювання моделей її трансляції та збереження; згадана система факторів забезпечує ефективне функціонування мас-медіа як соціального інституту.

Характеристики аудиторії з етичного аспекту не вичерпуються факторами поведінки, що виявляються ззовні: вибором того чи іншого джерела, того чи іншого матеріалу, тривалістю передплати газети й користування телевізором. За зовнішньо однаковою поведінкою стоять різні потреби, інтереси, очікування. З іншого боку, одні й ті самі потреби, інтереси, очікування по-різному виявляються в поведінці аудиторії.

Як одну з форм аматорських медіа ми не можемо обійти блоги. На нашу думку, це форма публічної комунікації, зокрема, особиста, відкрита для стороннього доступу та коментарів сторінка користувача Мережі в блогосфері, що створена для розширення власних комунікаційних можливостей блогера й забезпечує умови для швидкої та некваліфікованої публікації при бажанні автора залишатися інкогніто.

Етика спілкування української аматорської медіасфери потребує чітких та конкретних доопрацювань і так званої "чистки". Відсутність цензури (особливо це стосується блогосфери) призводить до постійного засмічення мережевих комунікативних платформ. Невідстеження інформації, відсутність цензурування лексики, якою оперують користувачі Мережі, створюють імідж українських юзерів та України загалом. Але не варто забувати, що інтернет-спілкування – це також форма комунікації, яка має базуватися на етичних принципах. Намагаючись подати інформацію про певні аспекти побутування, особливо під час спілкування в аматорських медіа, не слід забувати про етику. Щодо спілкування в Мережі слід виокремити такі принципи:

Принцип оперативності. Не варто аж занадто затягувати з відповіддю чи коментарем, що міститься безпосередньо на самому сайті або сторінці. Стрічки-коментарі, які мають майже всі аматорські медіа, спрямовані на виконання комунікативних функцій та задоволення інформаційних потреб комунікантів.

Принцип "статусу". Варто одразу використовувати мережеві статуси. Якщо юзер, працюючи в Інтернеті, має включений статус, і в цей час приходить звернення, – відповідати треба одразу ж.

Принцип авторизації. Максимально по можливості авторизувати тих користувачів, які намагаються долучитися до сторінки.

Принцип терпимості. Прояв терпіння – один із важливих аспектів спілкування під час інтернет-комунікації.

Принцип часу. Правильний тайм-менеджмент – якщо треба отримати відповідь

терміново, слід натякнути на це співбесіднику, але якщо відповідь необхідна протягом дня – виявляти терпіння.

Принцип "розгорнутості". Варто писати розгорнуто, аби деталізувати матеріал максимально, зробивши його доступним, достовірним та зрозумілим для комунікантів.

Принцип понятійності. Весь матеріал має бути поданий максимально доступно й зрозуміло, орієнтуватися, передусім, на пересічного громадянина.

Принцип грамотності. Весь матеріал має бути написаний грамотно та кваліфіковано.

Принцип "перечитування повідомлення". Перш ніж відправити повідомлення, його варто перечитати.

Соціальні комунікації аматорських медіа – це площина, що вивчає різні аспекти соціально існування соціуму: етичний, комунікативний, психологічний, перцептивний. Кожен з них можна і, на нашу думку, слід розглядати в такому ключі:

Етичний аспект – дотримання правил поведінки та етики спілкування. Провідною й важливою вважаємо систему принципів, описану вище.

Комунікативний – комунікація в системах: "людина – людина", "людина – суспільство", "людина – машина", обмін інформаційними ресурсами в реальних та віртуальних площинах. Соціальні комунікації відбуваються через традиційні засоби масової інформації, через обмін інформаційними ресурсами в Інтернеті (усі без винятку наявні там комунікативні платформи).

Психологічний – пізнання та реалізація кожним індивідом наявних образів і картин світу, що функціонують у них. Вагомими важелями тут є стереотипи й психологічні доміанти. Не останнє місце належить соціальним стигмам і самостигматизації особистістю, якщо вона має місце. Такі процеси безпосередньо впливають на сприйняття індивідом зовнішніх інформаційних ресурсів.

Важливе місце в психологічному аспекті соціальних комунікацій належить фільтрації інформації, що реалізується через комунікативні фільтри, наявні у свідомості кожного члена соціуму. На нашу думку, *комунікативний фільтр* – це бар'єр, призначенням якого є відбір необхідної для комуніканта інформації, незалежно від просторово-часових меж.

Не варто забувати про умови, за яких комунікативні фільтри діють у підсвідомості комунікатора та комуніканта. Перш за все, слід виокремити умови стимулу написання, які допомагають авторові "відфільтрувати" певну інформацію, що становить цінність для комуніканта в тому чи іншому інформаційному ключі.

Перцептивний – сприйняття зовнішніх інформаційних ресурсів:

– те, що першочергово базується на несвідомому;

– те, що усвідомлюється індивідом та укорінюється в картині світу.

Тут існує багато комунікативних платформ: спілкування через ЗМІ, Інтернет, рекламу, пропаганду, особисто та через технологію чуток.

Одним з елементів сучасних аматорських мережевих медіа ми вважаємо новинний портал. О. В. Ситник тлумачить поняття портал як “вхід, ворота в певне інформаційне сховище, яке є комунікативним інтерфейсом між користувачем та інформацією, що перебуває в зазначеному сховищі” [4, с. 253].

Найпоширенішими є “горизонтальні портали” (“general portal”), іноді послуговуються синонімічними поняттями “універсальний портал” чи “загальний портал” – це мережеві мультитематичні ресурси, які пропонують широкий набір сервісів, зорієнтованих на якомога більшу аудиторію та максимальне охоплення її інтересів, об’єднують у собі різноманітні функції, мають конвергентний контент і різноманітні сервіси: новини, фінансові звіти, прогноз погоди та валютні інформери, інтерактивні тощо. Меншою мірою репрезентованими, однак такими, що стрімко набирають популярності, є “вертикальні портали” (“vertical portal”), чи так звані “нішеві портали” (“niche portal”), – це ресурси вузького тематичного спрямування, які надають різноманітні сервіси для інтернет-користувачів за конкретними інтересами й орієнтовані на повноцінне тематичне охоплення їх інформаційних потреб або практи-

чної діяльності. О. В. Ситник визначає новинний портал: 1) як різновид мережевого ресурсу; 2) як специфічну медіаплатформу [4, с. 252].

IV. Висновки

Сучасна палітра українських аматорських медіа досить велика та зростає щодня. Провідними аспектами функціонування мережевих аматорських медіа ми вважаємо такі: етичний, комунікативний, психологічний та перцептивний. Також виокремлюємо ряд принципів, що диктують загальну політику етичного спілкування Мережі.

Одним із вагомих факторів функціонування аматорських медіа в українському інтернет-просторі, без якого неможливе вивчення етичних базисів, є наявність комунікативного фільтра та його різновидів, що потребує подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. Досенко А. К. Електронні щоденники як одиниці соціальних комунікацій / А. К. Досенко. – Київ, 2012. – 201 с.
2. Досенко А. К. Блогосфера як автокомунікативна технологія / А. К. Досенко // Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб. – Київ, 2014. – Т. 2. – С. 226–230.
3. Машкова С. Г. Сетевые СМИ: факторы эффективности : дис. ... канд. филол. наук / С. Г. Машкова. – Воронеж, 2006. – 199 с.
4. Ситник О. В. Елементи композиційно-графічного проектування новинних сайтів / О. В. Ситник // Наукові записки Інституту журналістики. – Київ, 2014. – Т. 55. – С. 252–254.

Стаття надійшла до редакції 13.09.2015.

Досенко А. К. Базовые аспекты социальных коммуникаций аматорских интернет-медиа Украины

В статье исследованы этические аспекты социальных коммуникаций любительских интернет-медиа Украины. Раскрыты базовые принципы их функционирования и соблюдения. Любительские медиа классифицированы и частично структурированы. Рассмотрены социальные коммуникации, любительские медиа в плоскости изучения разных аспектов социального существования социума: этического, коммуникативного, психологического, перцептивного.

Ключевые слова: любительские медиа, уровни, этические принципы, портал, блог.

Dosenko A. Basic Aspects of Social Communications Amateur Internet Media Ukraine

The article deals with ethics aspects of social communications of amateur internet-media of Ukraine. Research of base principles of their functioning and observance is conducted.

Amateur medias are classified and partly structured. Social communications of amateur media are considered from position of plane which studies different aspects of social existence of society: ethics, communicative, psychological, perceptivny.

From one hand we can not compare such loads as they have different nature on principle. But from other hand each of the adopted communicative platforms occupies important place in the evolution of modern digital genres, which gives a shove to development of modern socially communication network processes.

Media are suggest the activity of amateur media system of factors directed on collection of information, its working, constructing of models of its translation and maintainance; the mentioned system of factors provides the effective functioning of mass-media as a social institute.

Activity of media has the laws among which an important place is occupied by the laws of forming of relation of people to social, including mass information. In basis of relation are objective social necessities of society, groups, personality. On the surfaces of such relation – informative queries, tastes, ideas, estimations are subjective sides of relation.

The sociological analysis of problems of audience is assumed by the study of both objective and subjective, sides of this phenomena. Here must be resulted in the system all copulas between an audience and mass-media in all their variety and on different levels.

Key words: amateur medias, even, ethics principles, portal, blog.