



УДК 316.722

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

Студ. В.В. Лижнюк, гр. БХФ 1-17

Науковий керівник доц. Д.С. Черняк

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета дослідження: проаналізувати актуальність феномену соціальних мереж в сучасній культурі і зробити прогноз щодо його розвитку на майбутнє.

Завдання:

- визначити сутність «соціальних мереж»;
- проаналізувати виникнення соціальних мереж і дати їх класифікацію;
- дослідити роль феномену соціальних мереж у сучасному суспільстві;
- розкрити вплив мережевих технологій на соціум.

Об'єкт дослідження – соціальні мережі.

Предмет дослідження – соціальні мережі як феномен сучасної культури.

Методи та засоби дослідження. При проведенні дослідження були використані загальнонаукові, логічні та проблемно-порівняльний методи.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Було здійснено аналіз соціальних мереж як феномену сучасної культури. Результати дослідження можуть бути використані при підготовці до занять з курсу «Філософія, політологія, соціологія».

Результати дослідження. Будь-яке суспільство формується на базі комунікаційних інформаційних зв'язків, але лише у двадцятому сторіччі це питання стало предметом серйозних наукових міждисциплінарних досліджень. Є очевидним, що інформаційні технології формують базові функціональні залежності в системі соціальних зв'язків і відносин. Аналізуючи вплив мережевих технологій на соціум важливого значення набуває поняття «соціальних мереж», які пронизують майже всі сфери суспільства як на локальному, регіональному, так на більш масштабному, глобальному рівні.

На думку дослідників, соціальні мережі – основна причина, по якій сьогодні росте кількість часу, проведеного в Інтернеті. Головні їхні переваги – можливість користувачів заявляти про свої інтереси і розділяти їх з оточуючими. І це дає підстави стверджувати, що соціальні мережі є не тільки засобом для спілкування, але й потужним маркетинговим інструментом, більш того, вважають, що незабаром вони стануть необхідним інструментом для ведення діяльності. Соціальні мережі слугують майданчиком для неформального спілкування, стають інструментом для пошуку співробітників і партнерів.

Соціальний медіастратег Вінченцо Козенца (Vincenzo Cosenza) створював карти найпопулярніших соціальних мереж для кожної країни. Його карта від січня 2017 року, яка базується на даних від Alexa і SimilarWeb показує, які соціальні мережі є найпопулярнішими на сьогоднішній день [1].

Соціальні мережі, які володіють конструктивним потенціалом в динаміці масових інформаційних потоків і функціями, наприклад, як накопичення і реалізація соціального капіталу, безумовно, мають аксіологічний статус у сучасному суспільстві. Основна цінність соціальних мереж полягає в тому, що в сучасних умовах вони вже є не просто засобом комунікації, а механізмом конструювання комунікативного простору сучасного суспільства [3]

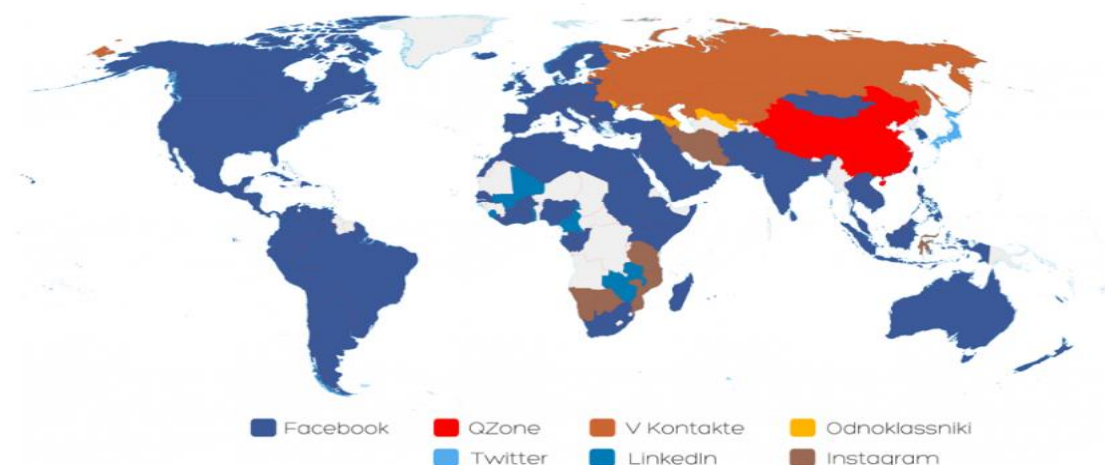


Рисунок 1 – Карта світового поширення найпопулярніших соціальних мереж

Висновки. Здійснене дослідження дозволяє зробити висновок, що соціальні мережі є не тільки потужним агентом вторинної соціалізації, але й виграють конкуренцію у соціальних інститутів, які реалізують первинну соціалізацію, тому що цьому сприяє динаміка сучасного життя. У даному аспекті соціальні мережі необхідно розглядати як інтегровану частину нового віртуального соціального середовища. І будучи не тільки засобами масової комунікації, але й механізмом конструювання комунікативного простору, соціальні мережі виконують низку функцій, створюючи ціннісний базис свого існування. «Ми маємо всі підстави стверджувати, що соціальні мережі є новим, але дуже динамічним феноменом інформаційного суспільства (становлення якого відбувається як в Україні, так і в інших країнах світу), проблемне поле якого потребує подальших досліджень». [2]

Ключові слова: соціальні мережі, соціальне середовище, комунікація, інформаційне суспільство.

ЛІТЕРАТУРА

1. Козакоріум [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kozakorium.com/naypopulyarnishi-sotsialni-merezhi-u-sviti-karta>.
2. Лобовікова О. О., Мельніков А. С. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства // Вісник Львівського університету. 2011. – Випуск 5. - С.39-61
3. Хлебникова А. А. Соціальна мережа як засіб розвитку соціального капіталу в умовах формування глобального інформаційно-комунікативного суспільства [Електронний ресурс]/ А. А. Хлебникова // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – Вип. 59. – С. 278-285. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpvgvzdia_2014_59_29 .