

ОЛЕКСЕНКО Роман,

доктор філософських наук, професор кафедри філософії, політології та психології Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка

НОВІ ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ В ЕПОХУ ІНТЕРНЕТ ТА МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

Інтернет вступив у епоху 4.0, коли кожен став комунікатором та виробником інформації, а технічна конструкція та інфраструктура каналів дедалі більше доходять до терміналу. Будучи одним з основних технологічних двигунів нової соціальної інфраструктури та революції інформаційного суспільства 4.0, мобільні соціальні мережі глибоко вплинули на соціальну структуру, соціальні відносини та соціальну психологію. Канали, шляхи та методи зв'язку між владою та народом зазнали колосальних змін. Однак безперебійну «комунікацію» між владою та народом у справжньому сенсі ще належить вирішити. У багатьох випадках це навіть стає дедалі актуальнішою проблемою.

Наприкінці 20 століття ми зіткнулися з можливим виникненням «комунікативного суспільства», винахід Інтернету занурив нас у нову надію на соціальне звільнення за допомогою спілкування. Однак сьогодні соціальні зв'язки, схоже, страждають, оскільки досвід внутрішньоособистісного спілкування утруднений через те, що людська увага поглинена цифровими ілюзіями. На початку XXI століття зародилися так звані «соціально-цифрові» мережі (Facebook у 2004 р., YouTube у 2005 р., Twitter у 2006 році та ін.). Поява цих цифрових платформ передбачає можливість створення «мережевого суспільства», тобто режиму соціальної організації з децентралізованою владою, що характеризується моделлю горизонтальної комунікації, прямо протилежної моделі вертикальної та односпрямованої масової комунікації. Завдяки цій новій моделі участі у «соціальній мережі» кожен користувач Інтернету стає не лише споживачем, а й власним виробником інформації. Крім того, кожен користувач Інтернету тепер має можливість спілкуватися безпосередньо з усіма підключеними людьми, де б вони не знаходилися географічно на планеті. Всесвітне павутиння стає транскордонною технологією.

Ця нова ретикулярна модель містила у собі потужний потенціал демократизації соціальної комунікації та, зрештою, політичної емансипації у глобальному масштабі. З роками ці інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) також стали дедалі більш домінуючими технологіями спостереження та маніпулювання.

Соціальні мережі та онлайн-платформи сьогодні міцно утвердилися у медіаекосистемі. У перші роки свого існування онлайн-соціальні мережі встановили режим спілкування та обміну нового стилю, уможлививши оригінальні транзакції обміну між людьми, апріорі часто невідомими один одному. Проте з роками ці платформи стали приватизованими, сконцентрованими та професійними, тож виникла нова бізнес-модель: сліди, залишені інтернет-користувачами на платформах, фіксуються та монетизуються в рамках економіки уваги. Профілі користувачів створюються в рекламних та комерційних цілях; застосовуються методи мікротаргетинга, засновані на купівлі рекламодавцями конкретних профілів споживачів. Крім того, змінився характер контенту, що обмінюється. Зміст часто ставав невідомим.

Соціальні мережі сьогодні дають волю популярному висловленню розчарування, ненависті, люті, що спочатку має форму емоцій, яке залишається слабо аргументованим. Модерація та регулювання цієї напівпублічної мови, безумовно, потребують переосмислення. Сучасний світ цифрових медіа сьогодні є постійною плутаниною між інформацією, думками, переконаннями, дезінформацією та фейковими новинами.

Отже, у першій чверті ХХІ століття технології сформували нові інтерактивні способи спілкування, у яких домінує майже постійне використання соціальних мереж та онлайн-платформ. «Цифрове століття» підкреслює те що, що у суспільстві, яке стало гіперіндивідуалістичним, люди сьогодні здаються гіперзв'язаними. Тобто вони здебільшого залишаються у постійному контакті зі своїм смартфоном, що змушує їх отримувати протягом кількох хвилин негайну, коротку, фрагментовану інформацію, більшу частину часу незначну.

Отже, увага людей постійно привертається мелодіями дзвінка та екранами (телефоном, телевізором, комп'ютером, відеоіграми, автомобілем тощо). Однак цей час уваги, поглиненого

безпосереднім зовнішнім спілкуванням, не може бути присвячений самостійному вивченню речей життя або глибокому дослідженню свого внутрішнього простору. Ми вважаємо, що в епоху цифрових технологій соціальні зв'язки, схоже, страждають, оскільки досвід внутрішньоособистісного спілкування не може через те, що людська увага значною мірою поглинається зовнішніми соціально-цифровими пристроями.

В епоху цифрових технологій до цього постулату психосоціологічної теорії комунікації додається технологічний вимір, - відмічає О. Фурсін [2]. Фактично ми колективно дійшли висновку, що сьогодні ми можемо спілкуватися лише за допомогою технічного посередництва. Міжлюдське спілкування, яке не опосередковане цифровими пристроями, стане рідкісним товаром. Але воно все ж таки зустрічається – на щастя для нас – у моменти романтичного, сімейного або дружнього спілкування, що переживається у природному середовищі, апріорі незабрудненою технологіями. У такому контексті надмірного висвітлення в засобах масової інформації досвіду міжлюдського спілкування ми відчуваємо спокусу сформулювати гіпотезу про те, що цифрова епоха, ймовірно, усуне гіперпов'язаних людей від їх здатності мирно проживати свій власний внутрішній досвід, причому останній визначається як внутрішній діалог, що дозволяє комунікувати. Все відбувається так, ніби режим гіперзв'язку – і його численні потоки уваги, поглинені світом цифрових явищ – не дозволяють нам усвідомити, що центр тяжкості міжлюдського досвіду насамперед перебуває всередині нас самих.

На рубежі XXI століття нові технології, доступні широкому загалу, вражають суспільство з кількох причин. Інтернет дозволяє своїм користувачам отримати доступ до всього світу та широкому спектру інформації всього за кілька кліків. Оскільки світ пов'язаний за допомогою Інтернету, спілкування між країнами та культурами стає набагато ефективнішим, яке змінює звички та повсякденне життя населення.

На початку нового тисячоліття компанії все частіше звертаються до Інтернету- зауважують В. Воронкова і В. Нікітенко [1]. Цей новий інструмент є місцем поширення культури, місцем, де весь світ може спілкуватися пліч-о-пліч. Інтернет з'єднує весь світ лише

за кілька кліків. Крім того, поява технологій трансформує соціальні відносини, оскільки електронні повідомлення та соціальні мережі набувають все більшого значення. Ці нові засоби комунікації спонукають жителів підтримувати соціальні зв'язки на нових веб-платформах, де користувачі створюють віртуальну ідентичність. Більше того, швидка доступність інформації означає, що вона стає безперервною, тобто стає відомою, як тільки вона розміщується в мережі. Тому більше не потрібно чекати, доки надрукуються газети, щоб отримати доступ до інформації.

Однак, оскільки тепер кожен може вільно створювати та публікувати контент у соціальних мережах, фейкові новини можуть легко поширюватись. Тому користувачам необхідно бути пильними, щоб відрізнити справжні новини від хибних. Зростання присутності фейкових новин у соціальних мережах вимагає від користувачів особливої уваги, щоб відрізнити правду від брехні. Вплив віртуального простору реальний світ поступово зростає. У новому медіа-середовищі користувачам мережі буде легше збиратися в «групи» та об'єднуватись у віртуальні онлайн-спільноти, спеціально створені для людей із загальними інтересами та хобі.

Водночас, різні спільноти в реальному світі також створили віртуальні спільноти, засновані на кіберпросторі. Ці спільноти досягають певних цілей за допомогою взаємодії віртуального простору та реального світу. Людське суспільство входить у нову епоху інформаційного століття – епоху комунікації. Численні атрибути комунікації продовжують розвиватися та розвиватися і пройшли такі стадії розвитку, як атрибути передачі, атрибути взаємодії, атрибути обміну та атрибути соціальної побудови.

В епоху комунікації вперше в історії люди більше не є просто фізичними істотами, а й цифровими істотами; водночас екологія громадської думки, медіа-ландшафт та методи комунікації зазнають глибоких змін. Ми повинні об'єктивно, всебічно та раціонально розуміти закони спілкування в епоху спілкування, активно приймати на себе нові зобов'язання та відповідальність, покладені на нього новою епохою, та прагнути побудувати здорове, різноманітне, рівне та впорядковане поле та середовище спілкування, яке буде сумісним з епохою комунікації.

Комунікаційне середовище робить нові засоби масової інформації найбільшою змінною, найбільшим кроком у сприянні соціальному розвитку. Ми повинні вміти використовувати нові засоби масової інформації для участі в житті суспільства, інтерпретувати глибокий зміст суспільної думки, використовувати нові засоби масової інформації для участі у висловленні громадської думки, щоб покращити нашу здатність визначати громадську думку в Інтернеті.

Список використаних джерел та літератури:

1. Воронкова В.Г., Нікітенко В.О. Філософія цифрової людини і цифрового суспільства: теорія і практика: монографія. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2022. 460 с.
2. Фурсін О.О. Технологічні засади комунікації як соціального феномена: можливості та перспективи розвитку. Комунікаційний простір постінформаційного суспільства: проблеми та перспективи: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 30 травня 2023 року). Київ.: ТОВ «Твори», 2023. С.49-52.