

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК УНІВЕРСАЛЬНИЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ

Болотова В.О.

*Харківській національній університет ім. В.Н.Каразіна,
м. Харків.*

Традиційні засоби масової комунікації (навіть нові медіа), попри те, що вони орієнтуються на споживача, є творцями інформаційного контенту. Більш того, найчастіше інформаційний продукт, який пропонується масам, визначається власниками ЗМІ, а вже потім представляється споживачу. У цьому процесі маси пасивні, навіть за умов існування суперницький ЗМІ. Проте потреби, які традиційні засоби масової інформації не можуть задовольнити повною мірою, ефективно задовольняють соціальні медіа.

Соціальні медіа — це інтернет сервіси, призначені для масового розповсюдження інформації, яку створюють самі користувачі, а автором може бути кожен, на противагу традиційним медіа, де авторами є попередньо відібране і обмежене коло людей. Крім соціальних мереж до соціальних медіа відносять як мінімум дві інші великі групи — блоги (зокрема стенделоун, блогохостинги, мікроблоги та інше) та контент хостинги (фотосервіси на зразок instagram та flickr, відеохостинги на зразок Youtube, хостинги для слайдів, документів, музики — slideshare, scribd, soundcloud та ін.). До соціальних медіа не варто зараховувати інтернет медіа, які призначені для особистого чи групового спілкування, але не для масової публікації — електронна пошта, сервіси миттєвих повідомлень, онлайн ігри та віртуальні світи.

Перш за все, соціальні медіа надають можливості аудиторії бути активним користувачем інформації. Аудиторія соціальних медіа впливає на контент та плани офлайнових ЗМІ, виконуючи функції контролю. Вдала взаємодія зі споживачем в Інтернеті допомагає ЗМІ краще реалізувати свої функції, підвищує оперативність їх інформації, розширює аудиторію та спрощує зворотний зв'язок з нею.

За допомогою соціальних медіа відбувається пошук друзів та шлюбних партнерів; самопрезентація та побудова власного іміджу; пошук роботи та ведення бізнесу; розміщення реклами; обмін відео, зображеннями, фотографіями, музикою та ідеями; знаходження спільнот для розваг та хобі; пошук політичних однодумців та організація соціальної активності тощо. Таким чином, соціальні медіа також задовольняють потреби, які буває важко реалізувати у повсякденному інтерперсональному спілкуванні.

Основними причинами використання соціальних медіа є інтерактивність спілкування, можливість одночасно бути як автором, так і отримувачем інформаційного контенту, миттєво отримати зворотний зв'язок, використовувати різні форми комунікації, як вербальні так і невербальні, конструювати власний образ, задовольнити ряд психологічних потреб (у самовираженні, визнанні, повазі, тощо). Саме тому соціальні медіа можливо ефективно застосовувати як для масової, так і для індивідуальної комунікації.