

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

БІЛАН Надія Іванівна

УДК 007: 316.776

**СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ:
ТЕОРІЯ, ЕВОЛЮЦІЯ, МОДЕЛІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ**

Спеціальність 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора наук із соціальних комунікацій

Київ – 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України.

Науковий консультант: доктор філологічних наук, професор
ІВАНОВ Валерій Феліксович
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики,
завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Офіційні опоненти: доктор політичних наук, професор
БЕБИК Валерій Михайлович
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», Інститут права та суспільних відносин, завідувач кафедри суспільно-політичних наук, глобалістики та соціальних комунікацій

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
КУЗНЄЦОВА Тетяна Василівна
Національний університет «Одеська юридична академія», факультет журналістики, декан факультету журналістики

доктор філологічних наук, професор
ФІНКЛЕР Юрій Едуардович
Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, факультет журналістики, професор кафедри реклами і мови ЗМІ

Захист відбудеться «24» жовтня 2016 року об 11⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.34 Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1.

З дисертацією можна ознайомитись у Науковій бібліотеці імені М. О. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01601, м. Київ, вул. Володимирська, 58, к. 12.

Автореферат розісланий « 23 » вересня 2016 року.

Вчений секретар спеціалізованої вченої ради



ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження зумовлюється зростанням ролі інформаційного чинника у сучасних сферах життєдіяльності суспільства, який зумовлює трансформацію політичних, науково-технологічних, суспільних та інших важливих аспектів комунікаційних відносин. Показовими в цьому контексті є теоретико-методологічне обґрунтування еволюції соціальних комунікацій в інформаційному середовищі, виокремлення та аналіз моделей соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, дослідження практики соціальних комунікацій окремих політичних акторів, які мають суттєве значення для взаємодії владних інститутів та громадянського суспільства, для формування інформаційної культури та впровадження соціальних комунікацій в інформаційному середовищі.

Потреба комплексного дослідження соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві впливає з реалій комунікаційних потреб функціонування державних інститутів, оскільки держава вирішує проблему вибору оптимальної стратегії суспільно-політичного розвитку на основі принципів інноваційної комунікації. Політична влада, демократичні інститути та громадянське суспільство постають перед наслідками розширення і поглиблення інформаційного суспільства й необхідністю перегляду концептуально-методологічних і прикладних підходів до перспектив розвитку сфери соціальних комунікацій, тому важливим є і перспективний аналіз феномену соціальних комунікацій як особливої форми комунікаційних відносин та складової інформаційної політики держави.

Вибір дослідження соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві зумовлений і тим, що стратегії суспільного розвитку впливають на політичні та соціальні пріоритети національних спільнот, зокрема на розвиток відкритого, цивілізованого суспільства, в якому з'являються нові форми комунікації, засновані на соціальному та особистісному партнерстві, на правових та соціальних принципах рівності всіх громадян суспільства, на раціональному врегулюванні суспільних відносин.

Відтак наукова проблема роботи полягає у спробі охарактеризувати доцільність творчого, але критичного запозичення досвіду здійснення соціальних комунікацій в умовах інформаційного суспільства, тобто у визначенні рольової функції комунікаційного чинника у формуванні соціальної системи комунікаційних відносин. При цьому авторський підхід до розуміння концептуальних підходів до особливостей соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві характеризується визнанням пріоритетності інформаційної парадигми, яка виступає сукупністю перетину комунікаційних систем, комунікаційних відносин та комунікаційних потреб в умовах сучасних соціальних зрушень.

У науковому дискурсі представлено концептуальні підходи до проблеми соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, в яких визначено сутність такого суспільно-політичного феномена, обґрунтовано процес структуризації соціальних комунікацій у мережу зворотних зв'язків між владними інститутами та суспільством і досліджено механізми, що сприяють реалізації влади. Звертання до цієї теми дослідження також зумовлено необхідністю систематизації та узагальнення сучасних знань щодо інструментарію соціальних комунікацій на основі реальної практики взаємодії влади і суспільства, встановлення відповідності наукових концепцій, пов'язаних з предметом дисертаційної роботи і ще не проаналізованих у вітчизняній науковій літературі, доцільністю аналізу змін соціальних комунікацій в інформаційній сфері України.

Актуальність дослідження визначається також доцільністю з'ясування концептуальних та прикладних аспектів соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, оскільки ця проблема цілісно не розглядалася у вітчизняній науці, де представлено окремі наукові розвідки загальних теоретичних і практичних проблем соціальних комунікацій. Необхідність цілісного розгляду проблеми соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві як інструментарію діяльності державних органів влади знаходить своє пояснення і в загальній логіці суспільних змін, оскільки сама структура соціальних комунікацій залежить від особливостей інформаційного розвитку, який зумовлює асиметрію комунікаційних відносин у сучасному світі.

Об'єктами аналізу практики соціальних комунікацій у дисертаційній роботі визначено Європарламент ЄС як наднаціональний інститут, що ефективно використовує соціальні комунікації у взаємодії з європейською спільнотою, та парламент України як владний інститут, що залучає соціальні комунікації для представлення суспільству проектів та ініціатив, які потребують дискусій та підтримки громадськості. Зокрема, особлива увага надавалась дослідженню комунікаційної політики ЄС, в основу якої покладені принципи відкритості, залучення громадськості до обговорення актуальних проблем функціонування інтеграційного об'єднання, загальні правила доступу до інформації і здійснення комунікації. Оскільки практика використання соціальних комунікацій у діяльності представницьких інституцій ЄС зумовлюється поглибленням взаємодії інтеграційного об'єднання з національними інститутами і спільнотами, відбулося формування нової реальності, яка потребує сучасного інструментарію обміну інформацією в рамках ЄС для вирішення завдань комунікаційних програм наднаціональних інститутів із залученням соціальних мереж, що уможливлюють становлення тривалих формальних та неформальних зв'язків між різними структурами, інститутами, персоналіями на різних рівнях взаємовідносин з метою здійснення різноманітних соціальних проектів. Соціальні комунікації таким чином розглядаються як суспільно-політичний феномен в інфосфері ЄС, що зумовлює створення соціальних медіаплатформ для поширення позитивних і ефективних повідомлень про політику ЄС, які б

дозволяли зрозуміти соціальний зміст реформ, що просуває ЄС для поліпшення повсякденної життєдіяльності європейської громади. Такі комунікації чітко роз'яснюють універсальні цінності, які пропагує ЄС, включаючи прихильність до демократії, верховенства права, свободи вираження думок і незалежності засобів масової інформації.

Використання соціальних комунікацій у діяльності владних інституцій України зумовлюється впливом високих інформаційних технологій на демократизаційні процеси в державі та залученням української громади до ухвалення важливих політичних рішень. Крім того, включення України в процеси європейської інтеграції зумовлює запозичення досвіду соціальних комунікацій Європарламенту, оскільки у процесі державного управління інформаційно-комунікаційна діяльність влади стає підґрунтям узгоджених з громадськістю прийнятних рішень, які впливають на всі сфери соціальної системи. При цьому, головними інструментами узгодження інтересів виявляються різноманітні форми підтримки контактів між сторонами-комунікантами на основі двосторонніх та багатосторонніх зв'язків у соціальних мережах, які стали ефективними платформами впливу на життєдіяльність українського суспільства.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наукове дослідження виконане в рамках комплексної програми науково-дослідних робіт Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Модернізація суспільного розвитку світових процесів глобалізації». Тема дослідження продовжує наукові розвідки в межах фундаментальних наукових тем Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Український медійний контент у соціальному вимірі» № БФ045-01 та «Дослідження у галузі українського журналістикознавства: методологія, термінологія і стандарти» №06БФ045—01, зокрема в рамках комплексної програми «Наукові проблеми сталого державного розвитку України» згідно з планом наукової роботи Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Мета і завдання дослідження. Мета роботи полягає у цілісному дослідженні концептуально-прикладних аспектів соціальних комунікацій та з'ясуванні їх перспективних моделей в інформаційному суспільстві.

Досягнення поставленої мети зумовило розв'язання таких дослідницьких завдань:

- виявити і систематизувати теоретичні і методологічні підходи до дослідження соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві;
- визначити критичний аспект наукового дискурсу щодо перспективності моделей соціальних комунікацій в інформаційній сфері;
- представити авторський підхід до поняттєво-категоріальних характеристик дослідження; з'ясувати та поглибити розуміння соціальної функції інформаційного суспільства;

- дослідити комунікаційну функцію інформаційного середовища як детермінанта соціальних комунікацій та проаналізувати еволюцію соціальних комунікацій в інформаційному середовищі;

- охарактеризувати типологію соціальних комунікацій та представити авторський підхід щодо їх ролі як стратегічного ресурсу трансформацій соціального середовища;

- розглянути соціальні комунікації як суспільно-політичний феномен в інформаційній сфері ЄС; узагальнити практику комунікацій інституцій ЄС та європейської спільноти;

- проаналізувати трансформацію соціальних комунікацій як чинника розвитку інформаційного суспільства України;

- з'ясувати прикладні аспекти соціальних комунікацій у суспільній практиці української держави та запропонувати рекомендації для діяльності владних, політичних та громадських інституцій;

З урахуванням зазначеної мети і завдань **об'єктом** дослідження виступає соціальний вимір інформаційного суспільства, а **предметом** дослідження є концептуальні та прикладні засади соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві.

Методологія та методи дослідження. Дослідження концептуальних та прикладних аспектів соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві здійснювалося на теоретичному, методологічному, прикладному рівнях, а саме: на теоретичному рівні було визначено поняттєво-категоріальні характеристики соціальних комунікацій, систематизовано і структуровано концептуальні підходи до вивчення соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, виокремлено функціональні детермінанти соціальних комунікацій, розроблено та обґрунтовано типологію соціальних комунікацій, на прикладному рівні здійснено компаративний аналіз сутності соціальних комунікацій в ЄС та Україні. Обрана методологія аналізу уможливила на підставі опрацювання наукової літератури та авторського підходу з'ясувати сутність сучасних тенденцій розвитку соціальних комунікацій в інформаційному середовищі та визначити парадигмальний концепт соціальних комунікацій відповідно до практики інституцій ЄС та України.

Для дослідження концептуальних та прикладних аспектів соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві у роботі використано системно-функціональний, структурно-функціональний та інституціональний підходи, які дозволили з'ясувати еволюцію соціальних комунікацій в інформаційному просторі, особливості соціальних комунікацій у практиці ЄС та України. Системний підхід використано у дисертаційній роботі задля дослідження соціальних комунікацій як цілісної множини елементів, які формують особливу систему відношень та зв'язків у процесі суспільної взаємодії, що дозволило представити еволюцію та типологію соціальних комунікацій. Особлива увага в роботі надавалася окремому аналізу соціальних комунікацій як інструментарію позиціонування держав в інформаційному

просторі, що зумовило застосування порівняльного підходу. При цьому враховувалося, що соціальні комунікації по-різному можуть сприйматися, тлумачитися і реалізовуватися на національному рівні залежно від подій і ситуацій, які відбуваються в інформаційному середовищі ЄС та України.

Також у дослідженні використано загальнонаукові (описовий, системний, структурно-функціональний), загальнологічні (емпіричний, метод аналізу) та спеціальні методи дослідження соціальних комунікацій, найбільш ефективні для пізнання комунікаційної сфери, які уможливили цілісний аналіз соціальних комунікацій інституцій ЄС та України, а також з'ясувати роль соціальних медіа у системі взаємовідносин влади і суспільства. Поглиблений аналіз наукової проблеми дослідження дозволив якісно доповнити матеріал дисертаційної роботи, перевірити методологічні підходи та аналітичні висновки, обґрунтувати необхідність пошуку форм і методів соціальних комунікацій в інформаційному середовищі. У такий спосіб доводиться аргументованість положень і висновків щодо комунікаційної функції інформаційного середовища.

Джерелами дослідження у вирішенні теоретичних питань, аналізу та систематизації емпіричного матеріалу автором дисертації було обрано наукові праці з теорії та практики соціальних комунікацій, журналістики, соціології, філософії зарубіжних та вітчизняних фахівців. Для прикладного аналізу було використано інформаційний ресурс соціальних медіа, соціальних мереж, сайтів, а також статистичні звіти та авторські моніторинги соціальних медіа щодо практики їх використання державами в інформаційному середовищі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що вперше на теоретико-методологічному та прикладному рівнях у вітчизняній науці було цілісно досліджено соціальні комунікації в інформаційному суспільстві та охарактеризовано особливості використання соціальних медіа у контексті сучасного парламентаризму.

У проведеному дослідженні:

Вперше:

- з'ясовано характерні особливості соціальних комунікацій парламентських інституцій ЄС та України і встановлено, що спільними можна вважати концептуальні положення про комунікації як інструментарій суспільної діяльності, а принципово відмінними – різну практику використання соціальних медіа для взаємодії владних інституцій і спільнот;

- розглянуто комунікаційну практику сучасного парламентаризму і на основі авторського моніторингу доведено, що для парламентських інституцій ЄС соціальні комунікації виступають як суспільно-політичний феномен в інформаційній сфері, а для парламентських інституцій України використання соціальних комунікацій визначається аргументацією політичних позицій та диференціацією позитивного і негативного контенту соціальних медіа;

- здійснено критичний аналіз практики українського парламентаризму у соціальних мережах і обґрунтовано, що вона стосується як ефективності

представництва інституцій України, так і результативності їх взаємодії зі спільнотою;

- запропоновано авторське бачення перспектив ефективного використання соціальних комунікацій як інструментарію діяльності державних органів влади.

Удосконалено:

- теоретичне обґрунтування поняттєво-категоріального апарату дослідження;

охарактеризовано ключові характеристики соціальних комунікацій в інформаційному середовищі, які окреслюють соціальні комунікації як важливий соціокультурний чинник розвитку суспільства, що впливає на формування суспільного світогляду, стилю мислення, поняття свободи й демократії; формують особливе субкультурне середовище, подано авторське визначення поняття «соціальні комунікації», яке у сучасному науковому дискурсі є тотожним поняттю «соціальні медіаплатформи», «соціальні мережі», «нові медіа» та «комп'ютерно-опосередковані комунікації» і вживається для позначення взаємозв'язків, що складаються між політичними і суспільними акторами внаслідок використання сучасних мережевих технологій;

- аргументацію про критерії типології соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, що виявляються в особливостях взаємодії політичних інституцій і спільноти у соціальних медіа та потребують відповідного позиційного реагування;

- твердження про те, що зміст соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві розглядається як система суспільної взаємодії, яка складається між різними соціально-комунікаційними інститутами та організованою спільнотою;

Набуло подальшого розвитку:

- дослідження теорії та практики соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, оскільки у сучасному світі відбувається трансформація інструментарію взаємодії влади і спільноти; узагальнення на основі широкого кола оригінальних джерел теоретико-методологічних підходів до соціальних комунікацій як суспільно-політичного феномену, що полягає у перевагах міждисциплінарного підходу як одного з найбільш ефективних у фахових дослідженнях та уможливорює виокремлення особливостей соціальних комунікацій у контексті парламентаризму;

- обґрунтування того, що прикладні аспекти формування глобального інформаційного суспільства стосуються практики соціальних комунікацій, оскільки від урахування впливу сучасних соціальних медіа на інституційно-суспільну взаємодію залежить формування й підтримка репутації владних, політичних та громадських інституцій.

Практичне значення одержаних результатів, що теоретичні і методологічні висновки дисертаційної роботи можуть бути використані для подальших наукових досліджень соціальних комунікацій в інформаційному

суспільстві, прикладні розробки можуть бути враховані у діяльності урядових, політичних і суспільних інституцій, в практиці політичних партій, громадських об'єднань та інших організацій, які використовують високі технології для розвитку нових соціальних медіа на зовнішньому та внутрішньому рівнях функціонування держави.

Теоретичні узагальнення, матеріали, висновки та рекомендації дисертаційної роботи можуть доповнити зміст навчальних курсів з теорії та практики інформаційного суспільства, теорії соціальних комунікацій, теорії масової комунікації, соціології масової комунікації, іміджології, новітніх медіа для студентів вищих навчальних закладів України.

Результати авторського дослідження можуть бути використані у практично-політичній діяльності Міністерства інформаційної політики України, у діяльності урядових, політичних і громадських інституцій, а також у процесі оновлення Концепції інформаційної політики України та Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України.

Апробація результатів дисертації. Основні положення наукової праці було апробовано на міжнародних, всеукраїнських та міжвідомчих наукових і науково-практичних конференціях, зокрема: міжнародній науковій конференції Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Міжнародна інформація: історія, теорія, практика» (7 листопада 2008 року, м. Київ), науково-практичній конференції «Міжнародні інформаційні відносини у сучасному світі: теоретичний та прикладний аспекти» (20 травня 2009 року, м. Київ); науково-практичній конференції «Аналітичні дослідження сучасних міжнародних відносин» (24 квітня 2009 року, м. Київ); міжнародній науковій конференції «Міжнародні дні науки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка» (9 – 10 квітня 2009 року, м. Київ); міжнародній науковій конференції «60-річчя Ради Європи: осмислення звершень та перспектив діяльності у XXI ст.» (9 квітня 2009 року, м. Київ); VI міжнародній науковій конференції «Сучасний інформаційний простір: журналістика та медіаосвіта» (26 – 30 вересня 2010 року, м. Алушта); міжнародній науково-практичній конференції «Міжнародні інформаційні відносини XXI століття: тенденції і перспективи» (19 травня 2010 року, м. Київ); міжнародній науково-практичній конференції «Геополітичний вимір європейської інтеграції: інформаційний аспект» (20 травня 2010 року, м. Київ); міжнародній науковій конференції «Журналістика 2010: методологія досліджень у галузі соціальних комунікацій» (25 березня 2010 року, м. Київ); міжнародному круглому столі «Америка та Європа на початку XXI століття: аналітика та прогностика» (23 травня 2011 року, м. Київ); міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні зовнішньополітичні комунікативні технології. Аналітика. Геополітика» (5-7 червня 2011 року, м. Київ); міжвідомчому круглому столі «Політико-інформаційна парадигма глобалізації» (9 квітня 2013 року, м. Київ,) міжнародній науковій конференції

«Міжнародна інформація: концептуальні та прикладні виміри» (19 квітня 2013 року, м. Київ); II всеукраїнській науковій конференції «Україна в системі глобального інформаційного обміну: теоретико-методологічні аспекти дослідження і викладання» (25–26 жовтня 2013 р., м. Львів); міжвідомчому круглому столі «Безпековий вимір сучасних міжнародних відносин: політичні, економічні, інформаційні та гуманітарні аспекти» (17 червня 2014 року, м. Київ); міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми міжнародних відносин» (Світове співтовариство: глобальні та регіональні виклики) (16 жовтня 2014 року, м. Київ); науково-практичній конференції «Комунікація і дискomuнікація в умовах розвитку сучасного інформаційного суспільства», (Чернівці, ЧНУ імені Юрія Федьковича 24-25 квітня 2015 р.); науковій конференції «Геостратегічні пріоритети України в політичній, економічній, правовій та інформаційній сферах (15 жовтня 2015 року, м. Київ); всеукраїнській науково-практичній конференції «Комунікаційні стратегії сучасної школи» (27-28 листопада 2015 року, м. Київ); всеукраїнській науковій конференції «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (21-25 вересня 2015 року, м. Ужгород); міжнародній конференції «Actual Problems of Science and Education» (31 січня 2016 року, м. Будапешт); науково-методичній конференції «Європейські студії в університетах України» (22 квітня, 2016 р., Київ).

Наукові узагальнення та висновки дисертації обговорювалися на наукових семінарах, круглих столах і кафедральних засіданнях а також впроваджено у курсі «Професійна підготовка: організація роботи прес-служб» Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 31 наукову працю загальним обсягом 34,54 д. а.: 1 одноосібну монографію; 1 колективну монографію; 29 наукових статей (11,76 д. а.), з яких 16 – у фахових виданнях, 5 – в іноземних наукових періодичних виданнях, 8 – в інших наукових виданнях.

Структурно дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації – 422 сторінки, в тому числі основний текст – 366 сторінок, список використаних джерел складається з 505 найменувань і займає 56 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, показано зв'язки з науковими програмами та темами, сформульовано мету і завдання дослідження, визначено об'єкт і предмет, методологію та методи дослідження, обґрунтовано наукову новизну, практичне значення одержаних

результатів і подано інформацію про апробацію та публікацію результатів дослідження.

У першому розділі – **«Теоретико-методологічні засади дослідження соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві»** – обґрунтовано концепцію наукової проблеми, яка полягає в з'ясуванні основних підходів до соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, подано критичний аналіз теоретичних і методологічних засад дослідження, розглянуто соціальний вимір інформаційного суспільства у сучасному науковому дискурсі, з'ясовано специфіку процесів, що характеризують формування глобального інформаційного суспільства в контексті соціальних змін, представлено поняттєво-категоріальні характеристики соціальних комунікацій як інструментарію взаємодії владних інституцій і суспільства, проаналізовано погляди науковців на еволюцію, моделі та практику соціальних комунікацій в умовах функціонування глобального інформаційного середовища. З'ясування ролі соціальних комунікацій як інструментарію відносин в інформаційному суспільстві дозволило виокремити їх характерні моделі, що мають власні функції, внутрішню структуру і загальну спрямованість та включають інформаційні процеси в ширший соціальний контекст, оскільки сутність соціальних комунікацій трансформується водночас з удосконаленням технологій обміну інформацією, поглибленням глобалізації та використанням інноваційних засобів у взаємовідносинах влади і громадянського суспільства.

Концептуальні трансформації наукової думки й практична діяльність соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві внесли свої корективи в галузеву термінологію, сформували визначення явищ, процесів, понять, що відбивають особливості соціальних комунікацій та характеризують їх як своєрідне інформаційно-комунікаційне поле життя суспільства з його соціальним характером і з'єднують усі складники суспільної сфери та структурують відповідну суспільну діяльність. У дисертації використано термінологію, яка зафіксована у зарубіжному та вітчизняному науковому дискурсі, у програмних документах парламентських інституцій, в офіційному законодавстві та практичній діяльності суспільно-політичних акторів.

З огляду на різні підходи науковців до спеціальної термінології у дослідженні:

1) «інформаційна парадигма» розуміється як початкова концептуальна схема, модель постановки суспільно-політичних проблем і їх розв'язань, сформована на етапі розвитку інформаційного суспільства, яка відіграє важливу роль у процесах сучасних соціальних комунікацій;

2) «інформаційне суспільство» розглядається як стан розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань у житті суспільства; зростанням частки інформаційно-комунікаційних технологій, інформаційних продуктів у різних сферах життєдіяльності; створенням глобальної інформаційної інфраструктури, яка забезпечує ефективність

взаємодії людей, їх доступ до інформації і знань, а також до соціально-комунікаційного діалогу;

3) «інформаційна інфраструктура» тлумачиться як організаційна структура, що забезпечує формування, функціонування і розвиток глобального інформаційного простору, а також збирання, оброблення, зберігання, поширення та ефективно використання інформаційних ресурсів; інформаційно-телекомунікаційні структури трактуються як комп'ютерні та телекомунікаційні мережі й системи спеціального призначення й загального користування, мережі й канали передачі даних, засоби комутації та управління інформаційними потоками;

4) «інформаційне середовище» визначається як сукупність мереж, у яких взаємодіють політичні та суспільні актори у сфері соціальних комунікацій;

5) «інформаційний простір» розглядається як система спільного використання інформаційних ресурсів за узгодженими сферами й напрямками діяльності світової спільноти;

6) «комунікація» визначається як базова функція соціального життя, яка виявляється у життєзабезпеченні суспільства в цілому і в окремих його складників – соціальних організацій, соціальних спільнот та соціальних інститутів, як засіб залучення соціальних організацій у зовнішнє і внутрішнє середовище та забезпечує необхідний рівень взаємодії;

7) «соціальні комунікації» тлумачаться як особливий соціальний феномен, що виражає такі міжсуб'єктні відносини, як соціальна комунікаційна взаємодія, обмін соціальними смислами у просторі і часі, соціальне пізнання, конструювання та конституювання суспільних та міжособистісних відносин, орієнтованих на продукування та динаміку соціокультурних стандартів, що підтримують суспільну єдність»;

8) «соціальні медіа» розглядаються як інструментарій поширення інформації щодо актуальних проблем спільноти і владних інституцій через соціальні мережі;

9) «інтернет-комунікації» визначаються як технології оформлення інформації та реалізації комунікаційних цілей традиційних форм, моделей і різновидів комунікації, що виникли в результаті залучення до комунікативного простору нових екстралінгвальних (соціальних, політичних, історичних, етнічних, культурних, комунікаційних і медійних) чинників і реалій (комп'ютерів і комп'ютерних мереж).

У розділі показано, що методологічну основу дослідження глобальних і, зокрема соціальних, комунікацій розробляли такі зарубіжні фахівці, як М.Бангеманн, О. Бард, Д. Белл, З. Бжезинський, М. Вершинін, Р. Дарендорф, У.Дайзард, П.Дракер, Я. Зодерквіст, А. Етціоні, Г. Кан, М. Кастельс, М. Каплан, Р.Коен, М. Масмуді, Й.Масуда, Ф. Махлуп, Ш. МакБрайд, Б. Мартін, Дж. К. Гелбрейт, Р. Дарендорф, П. Дракер, А. Етціоні, Л. Туроу, А. Турен, М. Порат, А. Тойнбі, А.Тоффлер, Т.Умесао, Ф. Фукуяма, С. Хантінгтон, які розглядали як загальні, так і окремі аспекти постіндустріального розвитку,

еволюційні зміни в інформаційному суспільстві як процес трансформацій соціальних взаємовідносин, зумовлених розвитком новітніх технологій і переходом світових спільнот на новий інтелектуальний рівень життєдіяльності.

Вітчизняні фахівці з теорії та практики соціальних комунікацій В.Березенко, О. Богуславський, А. Бойко, М. Бутиріна, Л. Василик, Л. Верецька, С. Водолазька, К. Голубченко, В.Горовий, Л. Городенко, В. Гоян, Н. Грицюта, І. Девтеров, В. Демченко, Н. Дніпренко, Д. Дубов, Н. Зражевська, В.Іванов, В. Корнєєв, Т.Крайнікова, Т. Кузнецова, М. Лашкіна, О. Мелещенко, А. Москаленко, О. Мітчук, Д. Олтаржевський, І. Паримський, Н. Піпченко, В. Різун, І. Сингаївська, О. Тріщук, Ю. Фінклер, О. Холод, О.Чекмишев, І. Чудовська-Кандиба, В. Шевченко, Н.Шумарова та ін. досліджували різні аспекти науково-інформаційного дискурсу у сфері соціальних комунікацій, функціонування соціальних комунікацій в умовах інформаційного суспільства, методологію досліджень соціальних комунікацій, роль інформаційної комунікації в еволюції національного інформаційного простору, аксіологічні моделі мас-медійної інформації, феномен ліберального контенту в соціальних комунікаціях; взаємовпливи соціальних комунікацій і нових комунікаційних технологій, наголошували на комунікації як невід'ємному компоненті сучасного соціального середовища. Це дозволило виявити структурні особливості інформації в системі мережових комунікацій, виокремити соціокультурні чинники ефективності соціальної комунікації; проаналізувати зміну парадигми в державному управлінні інформаційною сферою, обґрунтувати класифікацію соціальних комунікацій у системі державного управління за ознаками їх спрямованості, визначити вплив соціальних медіа на комунікації органів влади та суспільства, охарактеризувати соціальні комунікації в мережі інтернет, представити блоги як новітні форми соціально-політичних комунікацій та як механізм політичної діяльності в Україні. Дослідники відмічають, що соціальний аспект вивчення комунікаційних процесів, які впливають на усталені уявлення і стереотипи та змінюють мотивацію взаємовідносин у суспільстві, виявляється в інноваційному характері соціальних комунікацій у сучасному технологізованому світі.

Науковий аналіз досліджень та публікацій, здійснений у дисертаційній роботі, обґрунтовує процес становлення поняттєво-категоріальних характеристик соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, серед яких виокремлюються: обмін інформацією; взаємодія між певними суб'єктами за посередництва певного комунікатора; інформаційний зв'язок суб'єкта з тим чи іншим об'єктом; система суспільної взаємодії; нова інтегративна сила суспільства. Доведено, що розширення й поглиблення наукових досліджень у галузі соціальної комунікації засвідчує еволюцію сприймання поняттєво-категоріальних характеристик як усвідомлення властивої людині сутності, визначається соціальним статусом особи до визнання соціальної комунікації стрижневим елементом соціальної

реальності, комплексною структурою, якій властиві різномірні – політичні, етнічні, релігійні, соціальні та інші ознаки.

Зазначено, що соціальний вимір інформаційного суспільства асоціюється з потужними змінами в системі соціальних комунікацій, які розглядаються як структурно-системне комплексне явище з особливостями взаємодії влади і суспільства у політичній, культурній, етнічній, соціологічній і національній сфері, в державному управлінні, між різними віковими, професійними й соціальними групами. Відтак підтверджено, що соціальні комунікації нового типу формують постійно змінюване середовище, в якому руйнуються старі й створюються нові моделі соціальної комунікації для розв'язання суспільних проблем, що спричинюють трансформацію суспільних цінностей і розбудову нової системи соціальних комунікацій в умовах глобалізації. Глобалізацію, на авторський погляд, варто вважати процесом, що триває внаслідок удосконалення інформаційних технологій та зростання їхнього впливу на різні галузі суспільного життя. Саме завдяки змінам у цих галузях, процес глобалізації призводить до формування нового типу соціальних відносин, які розглядаються як постійний процес соціальної трансформації взаємодії у суспільстві, що є наслідком функціонування об'єктивно-історичних законів розвитку цивілізації і змін у характері соціуму, спричинених розвитком високих технологій.

З огляду на виявлені тенденції, сьогодення характеризується розвитком і становленням відкритого інформаційного суспільства, у якому виникають принципово нові форми комунікації, засновані на соціальному й індивідуальному партнерстві, конкуренції, на правових і соціальних основах формальної рівності всіх громадян суспільства, на раціональному урегулюванні суспільних відносин. Тобто, можна стверджувати, що основними характеристиками сучасного інформаційного суспільства є збільшення ролі інформації й знань людства, створення всесвітньої інформаційної інфраструктури, що є основою ефективної комунікації політичних та суспільних лідерів, загального і рівного доступу до інформації та забезпечення задоволення соціально-комунікаційних потреб суспільства. На наш погляд, XXI століття характеризується якісними змінами соціального простору, причиною яких є зростання обсягів інформації, яка, будучи провідним ресурсом інформаційного суспільства, вносить кардинальні зміни до соціальної структури та стимулює появу нових соціальних груп та формує відносини між ними.

У розділі доведено, що формування глобального інформаційного суспільства у контексті соціальних змін вважається передумовою еволюційного переходу до наступного етапу функціонування цивілізації, технологічною основою якої є індустрія високих технологій, оскільки, як зазначають дослідники, людство вступає в нову епоху, за якої швидкісні канали стануть більш доступними, телекомунікаційні мережі і «хмарні» сервіси забезпечать глобальний доступ і повсюдне поширення

інформаційних послуг, а також призведуть до подальшого розвитку соціальних медіа. Спільноти, що активно використовуватимуть досягнення науково-технологічного прогресу, отримають можливість «перестрибувати» з одного етапу розвитку до іншого, минаючи ті фази, які доводилося проходити визнаним лідерам високих технологій. Також з'ясовано, що інформаційна парадигма соціальних комунікацій здобула наукове обґрунтування, однак її розвиток відбуватиметься відповідно до нових викликів інформаційно-технологічного суспільства XXI ст.

На думку автора дисертаційної роботи, сучасна наука про соціальні комунікації характеризується цілісністю підходів до дослідження впливу інформаційно-комунікаційних процесів на взаємодію владних інституцій і спільнот та ефективність такої взаємодії. Відтак авторський концептуальний підхід до проблеми соціальних комунікацій як інструменту діяльності в інформаційному суспільстві ґрунтується на виявленні глибинних системних змін у суспільстві, а також на дослідженні форм і механізмів здійснення комунікаційної політики та перспективах використання соціального дискурсу.

У другому розділі – **«Еволюція соціальних комунікацій в інформаційному середовищі»** – досліджено комунікаційну функцію інформаційного середовища, проблеми становлення та типологію соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, розглянуто роль інтернет-комунікацій у системі соціальних відносин та охарактеризовано соціальні мережі як форму сучасних комунікацій.

Як свідчить аналіз наукової думки, проблема еволюції соціальних комунікацій в інформаційному середовищі у світлі різних підходів була предметом дослідження таких фахівців, як В.Бєбик, О.Бєляков, О.Бєрегова, Д.Богданов, Г.Гутброд, В.Іванов, В.Іщук, Т.Колєсникова, С.Коноплицький, В.Королько, О.Курбан, Г.Почєпцов, В.Різун, Є.Тихомирова, О.Холод, Ю.Шрейдєр та ін., до здобутків яких відносять розробки концепції інформаційного середовища, визначення етапів розвитку соціально-комунікаційної сфери, виокремлення функцій та представлення типології соціальних комунікацій, обґрунтування особливостей інтернет-комунікації та соціальних медіа/мереж.

Показано, що концепція інформаційного середовища була введена в науковий обіг Ю.Шрейдєром, який наголошував, що інформаційне середовище є не лише провідником інформації, але й активно впливає на учасників комунікації, надає можливість одержання необхідних для цього відомостей, а вміння отримувати інформацію та перетворювати її набувається у процесі вдосконалення знань. Дослідник виокремлює три основні аспекти інформаційного середовища: перший аспект – одна зі сторін діяльності людини; другий аспект – система історично утворених форм комунікації; третій аспект – інформаційна інфраструктура. Натомість, у наукових розвідках К. Петрової зазначається, що інформаційне середовище є чинником, що вимагає нової адаптації суспільства до соціальних змін,

оскільки специфіка сучасного інформаційного середовища спричинює коригування наявних природних та вироблення нових соціальних механізмів комунікації. Інформаційні технології, на погляд К. Петрової, стали стрижнем сучасної цивілізації, змінили якість і зміст життя сучасного людства і водночас трансформували сам спосіб буття у світі.

Своєрідний підхід до еволюції соціальних комунікацій подається у дослідженнях Д. Богданова, який зауважує, що засоби соціальних комунікацій характеризують технічні, речові й енергетичні механізми передавання та одержання інформації, а самі соціальні комунікації пов'язуються з контентом повідомлень, з їхньою багатосторонньою суспільною значущістю. Розглядаючи етапи розвитку соціально-комунікаційної сфери, а саме, усний, письмовий, друкований, електронний, віртуально-медійний, фахівець робить висновки, що інформація та засоби комунікації (тобто технологічний підхід) не лише впливають на основні сфери життєдіяльності людини, але й самі суб'єкти комунікації впливають на створення тих комунікаційних технологій, які відповідають їхнім потребам і цілям.

Таким чином, розвиток засобів соціальних комунікацій відбувається під впливом цілей та потреб суспільства, технологічного вдосконалення, інших сфер життєдіяльності людини. Крім того, важливу роль у розвитку соціально-комунікаційної сфери відіграють завдання та орієнтація самої системи, яка визначає спосіб комунікації, а також обсяг і якість соціально значущої інформації, оскільки модернізація соціально-комунікаційної діяльності неможлива без її взаємодії з іншими сферами життєдіяльності суспільства, науковою, технологічною, управлінською, художньою тощо. Д. Богданов відзначає важливість процесу глобалізації для розвитку соціальних комунікацій, де основне місце належить інформаційно-комунікаційним технологіям та виділяє три показники – високі швидкості, інтелектуальність, мобільність та поліфункціональність, за якими відбувається розвиток сучасних засобів комунікації. Можна погодитися з твердженням дослідника, що модернізація комунікаційної сфери стосується не лише технологічних новацій, але й розвитку суспільних відносин.

Помітне місце серед вітчизняних дослідників, як зазначається в науковій літературі, належить О.Береговій, яка однією з перших здійснила всеосяжний огляд найвідоміших теорій і концепцій щодо інформаційних контактів у суспільстві та розглянула систему сучасних комунікаційних технологій. Зокрема, йдеться про те, що соціально-політична система має обов'язково помічати та враховувати будь-які зміни, що відбуваються як усередині, так і зовні, оскільки функціонування цієї системи ґрунтується безпосередньо на зовнішній інформації та на інформації щодо її функціонування від підсистем.

У дослідженні аргументовано, що природа соціальних комунікацій суспільства (і глобального, і національного) визначається за допомогою рівня загальної культури певного соціуму. Соціальні комунікації як засіб існування

та передавання культурних норм і цінностей визначають рівень культури суспільства та специфічні риси функціонування суспільної сфери. Водночас самі соціальні комунікації (засіб існування та транслявання культурних норм і цінностей) також можуть визначати рівень суспільної культури та особливості функціонування суспільного середовища.

До функцій соціальних комунікацій відносять поширення суспільних цінностей, знань, інформації; формування суспільної свідомості; поширення та розвиток соціокультурних норм, здійснення соціокультурного обміну; інтеграцію та регулювання суспільних відносин, у тому числі соціальних; підготовку та сприяння участі громадськості у суспільній діяльності. Відтак можна наголошувати, що основною функцією соціальних комунікацій є інформаційна функція, за допомогою якої в суспільстві поширюється інформація про предмети, їхні властивості, явища, дії та процеси. Зазначено, що положення про пріоритетність інформаційної функції поділяється багатьма вітчизняними науковцями, такими як В.Бебик, Л. Городенко, В.Іванов, В.Корнеєв, В.Різун, Є.Тихомирова, Н.Піпченко, а також автором дисертаційного дослідження, в якому, зважаючи на різні погляди щодо функцій соціальних комунікацій в суспільстві, виокремлюються й узагальнюються такі функції соціальних комунікацій, як інформаційна, експресивна, прагматична, інтеграційна, формувальна і виховна. Тобто, є підстави стверджувати, що соціальні комунікації мають значну кількість функцій, що здатні забезпечити життєспроможність і життєдіяльність сучасних комунікаційних соціальних систем. Також доводиться теза, що сучасна система формування соціального досвіду зазнала значного впливу після впровадження нових інформаційних технологій у соціумі. Окрім того, такого ж впливу зазнали і глибинні механізми, що є складовими формування масової та індивідуальної самосвідомості.

У розділі під час аналізу проблеми становлення соціальних комунікацій представлено різні підходи до їх класифікації. Так, у сучасних наукових студіях пропонується розділяти типи соціальних комунікацій за такими ознаками, як масштаб комунікацій, спосіб установлення контакту, рівень організованості комунікацій, спрямованість комунікацій, тип знакової системи, що використовується у спілкуванні.

За науковою класифікацією соціальних комунікацій зарубіжних дослідників виокремлюються три основні класифікуючі риси:

Перша основна класифікуюча риса стосується характеру та складу суб'єктів, які є учасниками спілкування, а також спрямованості та масштабу поширення: соціетальні (на рівні суспільства), внутрішньогрупові, міжгрупові, міжособистісні – за соціально-структурним контуром; глобальні, локальні та загальнонаціональні – за територіальним охопленням; безпосередні та опосередковані технічно – за характером контакту; один-багато, багато-один, багато-багато, один-один – за структурою суб'єктів – учасників спілкування; спрямовані чітко (осьові, адресні й аксіальні) та розсіяні (ретиальні й вірогідні) – за спрямованістю; публічні й непублічні – за

ступенем відкритості.

Друга основна класифікуюча риса стосується функцій та змісту трансльованої інформації: освітянської, економічної, політичної тощо – за сферою функціонування; універсальної, мультитемної, спеціалізованої – за обсягом тематики; одножанрової та багатожанрової – за видами (серед них подієво-новинні, художньо-публіцистичні, аналітичні); опису життя соціуму або опису діяльності комуніканта – за тематикою контенту; розважальної, просвітницької, переконувальної, управлінської, консультативної – за функціональністю; горизонтальної та вертикальної – за спрямованістю.

Третя основна класифікуюча риса стосується розподілу ролей між комунікантами: поляризованих (один є тільки слухачем, інший тільки повідомляє) та неполяризованих (зміна ролей) – за жорсткістю закріплення ролей; зі зворотнім зв'язком та без нього – за наявністю синхронного зворотного зв'язку. Водночас процеси систематизації соціальних комунікацій у науковому дискурсі не вважаються завершеними, оскільки науковцями пропонуються додаткові критерії щодо удосконалення типології сучасних соціальних комунікацій.

Важливим для роз'яснення ролі соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві є функціонування інтернет-комунікацій, оскільки інтернет став універсальним засобом комунікації, який поєднує в собі властивості всіх інших засобів масової інформації і створює умови для спілкування в новому середовищі. Показано, що інтернет спричинює зміни соціальної структури суспільства через створення нових спільнот на основі нових ознак. На сьогодні інтернет за темпами розвитку випереджає всі інші засоби комунікації, що пояснюється можливостями об'єднання окремих, розрізнених комунікаційних систем у глобальну мережу, через яку відбувається транскордонний обмін інформацією між усіма країнами й континентами. Саме інтернет став одним із символів переходу від індустріального етапу розвитку людської цивілізації до інформаційного. У сучасному суспільстві актуальними стають проблеми, що мають зв'язки з глобальною зміною форм взаємодії у соціумі.

Основними функціями інтернет-комунікації вважаються: встановлення контактів (фактична); набуття знань (когнітивна); формування глобальної інформаційної культури (культуроутворююча); реалізація творчого потенціалу учасників комунікації (естетична); репрезентативна та маніпулятивна. Тобто, інтернет-комунікації – це особлива комунікаційна площа, основною характеристикою якої є комунікаційний інтернет-канал, в якому проходить мовленнєва взаємодія комунікантів.

Окрім того, інтернет-комунікації мають низку специфічних рис, що характеризують такий тип комунікацій як особливий вид реалізації мовлення: рівноправний статус комунікантів, тому що в інтернет-спілкуванні адресат є і спостерігачем, і учасником комунікації; наявність багатьох жанрів, тому що інтернет-комунікація є своєрідним середовищем для зародження жанрів, що є фундаментом для виникнення інтернет-жанрів

взагалі; зміни усної та письмової форм мовлення (старі форми набувають нові можливості в інтернет-середовищі залежно від того, який жанр інтернет-комунікації використовується); багатоканальність; гіпертекстуальність (комунікаційні мережі постійно удосконалюються, що сприяє перетинанню текстів між собою і утворенню нових текстів в інтернеті); інтерактивність; інтернет-комунікації виступають як новий спосіб самовираження засобами мови, що надає йому можливість змінюватись на морфологічному, лексичному, синтаксичному, текстовому та комунікаційному рівнях. Аргументовано, що інтернет-комунікація вже є сталим елементом активності у соціумі сучасної людини, а підвищення популярності електронних мереж зробило актуальною необхідність переосмислення феномену спілкування з урахуванням новітніх технічних можливостей людства.

Як форма сучасних комунікацій у дисертаційній праці розглядаються соціальні мережі, оскільки до специфічних рис мережевої комунікації відносять, в першу чергу, її соціальну обумовленість, що дозволяє розглядати комунікацію у мережі у системі соціальних відносин. Саме мережі є основою створення нової соціальної структури сучасного суспільства, а поширення «мережевої логіки» значно відчувається у перебігу і наслідках процесів, пов'язаних з виробництвом, культурою, владою та буденним життям. Показано, що формування нового світу залежить від таких складників, як мережеве суспільство, інформаційно-комунікаційні технології, економіка знань, поява нових медіа та нових мережевих способів спілкування (чати, блоги, форуми). Віртуальне середовище перетворюється на засіб живої соціальної комунікації з певними параметрами обміну інформацією.

Доведено, що особливу увагу було звернуто на соціальні комунікації в інтернеті через посилення впливу всесвітньої мережі майже на усі сфери суспільного життя (оперативна та мобільна комунікація, прогресивність тенденцій у науці та освіті, а також у мові і тексті), через виникнення нових перспектив миттєвого обміну інформацією та активного форумного обговорення. Варто зазначити, що соціальні мережі відіграють значну роль в інформаційному суспільстві. Вони застосовуються у різних сферах життєдіяльності людини і нині займають значне місце у структурі соціальних комунікацій; також вони є новим інструментом соціальних та політичних технологій. Соціальні мережі поєднують між собою людей різних націй, релігійних конфесій, сфер діяльності, віку, соціальних статусів. У соціальних мережах сьогодення взаємодіють учені, політики та пересічні громадяни, просують наукові знання, публікують соціально значущу інформацію, тобто соціальні мережі виступають новими формами інформаційних обмінів сучасності. Науковці вважають, що соціальні мережі є не тільки інструментом комунікації, а й механізмом її функціонування, оскільки володіння основними ресурсами глобальної мережі уможливило процес управління ними та їх ефективного використання для соціального спілкування.

Соціальні мережі розглядаються як нова складова засобів масової інформації, при цьому, соціальні мережі відрізняються від інших засобів масової інформації завдяки таким специфічним властивостям інтернету, як мультимедійність, гіпертекстуальність, багатоканальність та інтерактивність, які формують нову медіареальність. Водночас соціальні мережі перетворюються на новий соціальний інститут, тож на такому тлі виокремлюються характерні ознаки соціальних мереж, а саме: наявність структури та організації; задоволення потреб суспільства (функція, що є спільною для всіх соціальних інститутів); можливість регулювання соціальних процесів усередині мережі; існування соціальних груп та організацій, що задовольняють потреби певних груп та особистостей; можливість здійснення економічної діяльності у мережі; інтеграція соціальних мереж у соціально-політичне життя соціуму та соціалізація особистостей усередині мережі.

Підкреслено, що соціальні мережі є сприятливим середовищем для нових поколінь державних службовців, які прагнуть встановити в інтернеті нові соціальні зв'язки і формувати власні соціальні мережі, які стають міцним підґрунтям для досягнення успіху в кар'єрі. Створення мережі блогів та спільнот у сучасних соціальних сервісах і залучення до них більшої кількості користувачів допомагає вирішенню державних та суспільних проблем. Зауважимо, що актуальна інформація, яка стає причиною зростання громадських і міжособистісних контактів, є рушійною силою прогресу в гуманітарній сфері суспільства, вона також стимулює зародження нових соціальних проектів та ініціатив, прискорює розвиток культурних процесів.

Останнім часом у сучасній суспільній практиці значну роль відіграють соціальні медіа, до яких, за класифікацією Н. Антонишиної та І. Марушкіної, належать форуми, онлайн-довідники, блоги, мультимедійні сервіси, мікроблоги, новинні соціальні сервіси, сервіси Q&A і які водночас використовуються для позначення соціальних мереж. Зазначено, що форуми як тип соціальних медіа є однією з перших форм мережевого спілкування в інтернеті, оскільки саме вони стали перехідною ланкою від старих до нових медійних форм, основним засобом спілкування у глобальній мережі в 90-х роках ХХ століття, коли веб-сторінки були статичними. Форуми дали можливість користувачам створювати власні теми та брати участь у темах інших користувачів і на сьогодні, коли є великий вибір соціальних медіа, зберігають свою популярність, залишаються майданчиком, де користувачі об'єднуються за різною тематикою: вподобання, професія, хобі, спеціальні навички тощо. Досліджено, що актуальними в Україні залишаються політичні (forum.pravda.com.ua), а також різноматичні форуми (forum.meta.ua), форуми автомобілістів (forum.autoua.net), програмістів (dou.ua/forums), фотографів (foto.te.ua), бізнес-форуми (forum.finance.ua) тощо.

До рейтингових типів соціальних медіа належать соціальні мережі, лідерами серед яких за кількістю користувачів до недавнього часу

визначалися Вконтакте (27 млн. користувачів), Однокласники (11 млн. користувачів) та Facebook (3,2 млн. користувачів). Як засвідчує аналіз, у травні 2014 року кількість зареєстрованих користувачів у соціальній мережі Вконтакте становила близько 11,5 млн. користувачів, а у Facebook було зареєстровано 6 млн. користувачів. Такі розбіжності в показниках пояснюються тим, що в деяких випадках рахуються всі зареєстровані користувачі, а в інших – тільки активні учасники соціальних мереж. Слід зазначити, що набувають популярності в Україні професійні мережі LinkedIn та Google+. Серед національних соціальних мереж найбільш знаною є спільнота weua.info, яка стартувала 1 квітня 2014 року і станом на 25 серпня того ж року ця мережа налічувала понад 200000 користувачів.

Українська Вікіпедія належить до такого типу соціальних медіа як онлайн-довідники. За підрахунками експертів, у вересні 2014 року користувачі переглянули у ній 86,5 млн. сторінок, що становить 0,39 % від загального перегляду сторінок Вікі усіма мовами. Найпопулярнішими типами соціальних медіа виступають блоги, серед яких виокремлюються платформи blogger, wordpress та сервіс Tumblr, який дозволяє користувачам створити свій блог та публікувати там текстові та графічні повідомлення, а також розміщувати відео й аудіоматеріали. Наголошено, що національні платформи для створення блогів в Україні виростили на основі відомих інформаційних веб-ресурсів, таких як Кореспондент, Українська правда, UAinfo, основою для блогів стали також портали meta.ua, bigmir.net і blog.i.ua. Мультимедійні сервіси представлені Instagram, Youtube та Flickr, а мікроблоги платформою Twitter, якою за дослідженням у 2014 році користувалися 430000 українців, натомість у 2011 році показники користувачів становили лише 160000 осіб.

На підставі дослідження зроблено висновок, що соціальні медіа перетворилися на повноцінний соціальний інститут сучасного інформаційного суспільства, що охоплює доступні інтерактивні комунікації; безпосередню участь користувачів у створенні і поширенні медійного контенту; значний ресурс залучення користувачів у процеси соціальної комунікації; високошвидкісний зворотний зв'язок, персоналізацію користувачів.

У розділі було обґрунтовано висновок про те, що, з огляду на значну роль соціальних медіа у взаємодії владних інституцій і спільноти, більшість дослідників вважають, що їх значення у суспільно-політичних процесах залежить від законодавчих обмежень на доступ до інтернету та організованості спільнот, які використовують соціальні медіа для організації скоординованих дій. Водночас розуміння парадигми соціальної комунікації сприяло конкретизації концептуальних підходів як до еволюції соціальних медіа, так і для з'ясування їх розвитку і функціонування в інформаційному суспільстві, яке визначається сукупністю процесів демократизації соціальних відносин, інтересів влади і громадськості, а також мотивацією їх участі в інформаційному середовищі.

У третьому розділі – «**Прикладні аспекти соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві**» – розглянуто соціальні комунікації як суспільно-політичний феномен в інформаційній сфері ЄС, узагальнено практику комунікацій на рівні Європарламенту, проаналізовано прикладні аспекти соціальних комунікацій у суспільній практиці української держави та запропоновано авторські рекомендації для діяльності владних, політичних і громадських інституцій України.

У розділі проаналізовано використання соціальних комунікацій як суспільно-політичного інструменту для формування загальноєвропейської громадської думки щодо діяльності наднаціональних інституцій та інтеграційного утворення в цілому. Зокрема, визначено такі тенденції використання соціальних комунікацій для досягнення політичних цілей ЄС, як заохочення до двостороннього спілкування між службовцями та громадянами ЄС, залучення громадян до прийняття загальноєвропейських рішень, розширення інструментів поширення офіційної інформації, збільшення показників охоплення аудиторії тощо. У зв'язку з цим виявлено, що для ЄС актуальними наразі залишаються проблеми, пов'язані зі збільшенням громадської ролі інформації, убезпеченням персональних даних, гарантуванням безпеки конфіденційності інформації на національному та наднаціональному рівнях, оскільки соціальні медіа здійснюють значний вплив на систему формування загальноєвропейських цінностей, що потребує розробки стратегії управління інформаційними потоками у межах держав-членів ЄС та інтеграційного об'єднання.

Аргументовано, що сучасна комунікаційна політика ЄС спрямована на використання як традиційних, так й інноваційних комунікаційних інструментів для просування позитивної репутації ЄС на міжнародному, загальноєвропейському та внутрішньодержавному рівнях, при цьому її реалізацію покладено на Європейську комісію, Європейську раду, Європейський парламент, Генеральний директорат з питань інформаційного суспільства, Генеральний директорат з питань освіти і культури та інформаційні центри ЄС у країнах-членах. Автором встановлено, що формування позитивної репутації ЄС залежить від внутрішніх і зовнішніх чинників, зокрема серед внутрішніх чинників виділимо наявність розбіжностей у підходах держав-членів до реалізації загальноєвропейської економічної, соціальної та безпекової політики, тоді як серед зовнішніх чинників назвемо міграційні проблеми, боротьбу з тероризмом та українську кризу. Виходячи з чого можна стверджувати, що внутрішньополітична та соціальна єдність ЄС залежить від можливостей учасників знайти взаємовигідний компроміс на рівні наднаціональних інституцій та залучити європейську громадськість через використання соціальних комунікацій до обговорення та вирішення європейських проблем.

Узагальнення практики комунікацій інституцій ЄС та європейської спільноти показало, що рисами соціальних комунікацій на загальноєвропейському рівні є прозорість, гнучкість, мультимедійність,

багатоканальність, тісні комунікаційні зв'язки між різними групами громадян і наднаціональними органами ЄС. У цілому на підставі проведеного дослідження виокремлено таку структуру інтернет-ресурсів, що використовуються на рівні ЄС для спілкування з громадськістю, як офіційні веб-сайти та акаунти у соціальних медіа європейських інституцій та їх очільників, на яких розміщуються важливі заяви, новини, прес-релізи; веб-сайти та акаунти у соціальних медіа політиків ЄС, управління якими здійснює або політик, або уповноважена особа; веб-сайти та акаунти у соціальних медіа політичних діячів з держав-членів ЄС. З'ясовано, що форма представлення інформації на названих інтернет-ресурсах не сприяє розвитку діалогу з громадськістю, знижуючи тим самим її ефективність; відсутні офіційні вимоги до інформаційного наповнення інтернет-ресурсів, які належать особисто політику ЄС; перетин національних і загальноєвропейських підходів до форми організації суспільного життя найчастіше спостерігається на інтернет-ресурсах політичних діячів з держав-членів ЄС.

Автором встановлено, що найобговорюванішими темами на рівні ЄС виявились зовнішня та соціальна політика, на які припадає 21 % від усього контенту, а також міграційна політика, що становить 17 % контенту. Далі за активністю слідує інформаційні повідомлення про воєнні конфлікти та тероризм – 12 %, екологічні проблеми та транспорт – 8 %, при цьому 1 % складають новини про визначні події. Таким чином, інформаційне наповнення інтернет-ресурсів інституцій ЄС залежить від актуальності тем, що пов'язані з організацією загальноєвропейського способу життя та можливостями вирішення соціальних проблем.

Показано, що з метою активізації міжурядового та міжгромадянського діалогу на європейському рівні було відкрито низку акаунтів в соціальних медіа, зокрема авторський аналіз щодо використання комунікаційних онлайн-можливостей дописників офіційних сторінок Європарламенту в Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, Foursquare, Flickr, Instagram, Vine, Redirect засвідчив значну їхню активність, проте відзначимо, що не скрізь можна скористатися приватним спілкуванням з представниками ЄС та додати власні дописи на офіційну сторінку Європарламенту. При цьому найпопулярнішим майданчиком для спілкування представників Європарламенту з громадськістю став Facebook, за яким слідує Twitter та Google+, що відповідає загальносвітовій тенденції щодо популярності соціальних медіа у різних країнах світу. Проаналізувавши діяльність Європарламенту в соціальних медіа, можна стверджувати, що комунікаційним ядром продовжує залишатись офіційний веб-сайт, на якому у першу чергу розміщуються парламентські новини, що потім коментуються на всіх споріднених онлайн-платформах та акаунтах у соціальних медіа.

Зауважимо, що у складі Європарламенту функціонують такі політичні угруповання, як Європейська народна партія (християни-демократи), Прогресивний альянс соціалістів і демократів, Європейські консерватори та

реформісти, Альянс лібералів і демократів за Європу, Європейські об'єднані ліві – Лівозелені Півночі, Зелені / Європейський вільний альянс, Європа за свободу і демократію, а також Європа націй і свобод. Тому для дослідження ефективності комунікацій між членами Європарламенту та громадськістю було проаналізовано акаунти у соціальних медіа таких політиків, як: М. Шульц (президент Європарламенту), Л. Адактуссон (Християнсько-демократичний союз), І. Адінолфі (Європа за свободу та демократію), К. Гарсія (Прогресивний альянс соціалістів та демократів), Н. Алі (Альянс лібералів та демократів, Рух за права та свободи), М. Андерссон (партія зелених у Європейському вільному альянсі), М. Гузман (Європейські об'єднані ліві / Лівозелені Півночі).

Проведений аналіз засвідчив, що всі названі політики мають офіційну сторінку на сайті Європарламенту, при цьому в соціальних медіа вони представлені менш пропорційно, зокрема: М. Шульц, Л. Адактуссон, І. Адінолфі, К. Гарсія, М. Андерссон і М. Гузман мають сторінки у Facebook та Twitter; І. Адінолфі та К. Гарсія мають ще й акаунти в YouTube, а М. Шульц і М. Андерссон – у Flickr. Крім цього відзначимо, що Л. Адактуссон, І. Адінолфі, К. Гарсія, М. Андерссон і М. Гузман додатково створили власний веб-сайт для розміщення партійних новин. Встановлено, що хоча інформаційне наповнення інтернет-ресурсів і відбувається регулярно, проте більшість політиків не беруть активної участі у дискусіях, а отже соціальні медіа переважно використовуються як традиційний інструмент односторонньої комунікації.

Додамо, що партії Європарламенту також активно представлені в соціальних медіа. Так, зокрема Європейська народна партія представлена у п'яти соціальних мережах – Facebook, Twitter, Instagram, YouTube та LinkedIn; група Прогресивного альянсу соціалістів і демократів та Зелені / Європейський вільний альянс – у Facebook, Twitter, YouTube та Flickr; Альянс лібералів і демократів за Європу мають сторінки у Facebook, Twitter, Google+ та YouTube; партія Європейських консерваторів і реформістів представлена у Facebook, Instagram та LinkedIn. Таким чином, найпопулярнішим каналом для розміщення партійної інформації виявився мікроблог Twitter, за яким слідують Facebook та YouTube, проте не у всіх партій включена функція додавання власних дописів, що обмежує функції спілкування з європейською громадськістю. Проте поширеною практикою серед членів Європейського парламенту є онлайн сесії «питання-відповідь» у різноманітних соціальних мережах, коли користувачів інформують про дату та час проведення сесії, зазначаючи ім'я та сферу діяльності європейського парламентарія, а також ім'я модератора, що дозволяє детальніше з'ясувати позицію громадян ЄС щодо нагальних проблем інтеграційного утворення та частково подолати проблеми з налагодженням двосторонньої комунікації.

На підставі проведеного емпіричного дослідження зроблено авторський висновок про те, що використання соціальних медіа в політичній практиці Європейського парламенту дозволяє політичним діячам спілкуватися

безпосередньо з громадськістю всіх держав-членів ЄС, поширювати офіційну інформацію, а також формувати інформаційно-асоціативний ланцюжок у громадян ЄС щодо діяльності національного парламенту та Європарламенту, що уможлиблює досягти більшої суспільної підтримки непопулярних загальноєвропейських рішень.

Таким чином, соціальні медіа як суспільно-політичний феномен інформаційної сфери ЄС використовуються для здійснення загальноєвропейської та національної політичної комунікації, розміщення офіційного та неофіційного контенту, моніторингу громадської думки, формування груп прихильників різних європейських політичних напрямів тощо.

Використання соціальних комунікацій у суспільній практиці української держави стало важливою складовою державного управління, що дозволяє узгоджувати та поєднувати цілі керівництва країни та її громадян, а також приймати взаємовигідні для обох сторін політичні рішення. У цих умовах соціальні медіа можна розглядати як інструмент налагодження зворотного зв'язку в системі соціальних комунікацій між громадянським суспільством і політичною системою, як форму підтримки контактів між сторонами-комунікантами, що породжують двосторонні та багатосторонні зв'язки, як основу для набуття усіма представниками суспільства активної ролі у прийнятті політичних рішень та як прояв ефективності управління державою. Таким чином, зростання впливу соціальних медіа на життя суспільства, на політичні процеси й діяльність влади стало одним із чинників, що змінює реалії суспільно-політичного життя України.

Зауважимо, що оновленою формою спілкування вітчизняних парламентарів з громадянами є активізація діяльності в інтернет-просторі, яка у перспективі сприятиме ефективнішому інформуванню громадськості про роботу Верховної Ради України. Зокрема, у рамках програми щодо модернізації роботи парламенту (2016 р.) буде поглиблено взаємодію з громадськістю через такі соціальні медіа, як Facebook, Twitter, Google+, Instagram та YouTube, а також відбудеться удосконалення офіційного веб-сайту Верховної Ради. Наразі законодавчий орган влади та члени парламенту завдяки соціальним медіа розширили можливості для комунікації з громадськістю, проведення онлайн консультацій щодо законодавства та забезпечення відкритості роботи.

Для з'ясування прикладних аспектів соціальних комунікацій у суспільній практиці української держави було проаналізовано інтернет-ресурси таких політичних партій, як Блок Петра Порошенка, Народний Фронт і Самопоміч. Зокрема, встановлено, що всі три політичні сили мають власний веб-сайт для розміщення партійної інформації, а також активно позиціонують себе в соціальних медіа (переважно у Facebook), хоча функція розміщення користувачами власних дописів на сторінках партій є заблокованою. Додамо, що наразі всі політичні партії, що представлені у Верховній Раді України, здійснюють спілкування з громадянами за

допомогою соціальних медіа – через партійні сторінки або персональні акаунти їхніх лідерів. У цьому контексті відзначимо, що і Голова Верховної Ради України також має акаунти у популярних в Україні соціальних медіа Facebook та Twitter, що у поєднанні з офіційними сторінками Верховної Ради уможливорює здійснювати ефективну двосторонню комунікацію з українською громадськістю.

На підставі авторського емпіричного дослідження встановлено, що найактивніше для здійснення суспільної комунікації використовується соціальна мережа Facebook, в якій перше місце за кількістю дописників займає А. Яценюк (351 000), далі – позафракційний депутат Б. Береза (144 000), тоді як менш активною є сторінка О. Турчинова (24 000). Офіційну сторінку на сайті Верховної Ради України мають лише троє політиків – А. Яценюк, Ю. Бойко та Б. Береза. У мікроблозі Twitter найактивнішим серед вітчизняних політиків є А. Яценюк (620 000 дописників), далі – В. Кличко (449 000), О. Турчинов (250 000) і Б. Береза (13 000 читачів). У Google+ створено акаунт лише А. Яценюка, що налічує 47 000 дописників.

Таким чином, трансформація роботи українських парламентарів у сфері суспільних комунікацій та ширше залучення їх до громадських дискусій на рівні соціальних медіа дозволили виокремити декілька тенденцій такої діяльності: по-перше, переважає короткострокова комунікація з громадськістю, що пов'язано з потребою популяризації діяльності політичної партії та її лідера, а не процесом розширення громадських обговорень або консультацій; по-друге, навіть нерегулярна комунікація партійних сил з громадськістю у довготривалій перспективі може стати підґрунтям для формування в суспільстві довіри до самого парламенту.

Виявлено, що методи та інструментарій, що обираються членами парламенту і співробітниками апарату для своєї інформаційної діяльності, відрізняються залежно від поставлених цілей. Наприклад, мікроблог Twitter можна використовувати для популяризації різноманітних заходів і публікацій, тоді як Facebook – для ефективнішої взаємодії парламенту з громадськістю через зосередження уваги на актуальних даних щодо діяльності державного органу влади з подальшим постійним обговоренням важливих проблем. При цьому комунікаційний департамент парламенту може використовувати для діалогу з українськими громадянами як вже наявні соціальні медійні ресурси, так і створити окремі платформи на основі офіційного веб-сайту Верховної Ради України.

У розділі було обґрунтовано висновок про те, що використання соціальних медійних ресурсів українськими парламентарями повинне вкладатися в єдиний систематизований план загальної інформаційної діяльності державного органу влади, а також соціальні медіа мають використовуватися комплексно з іншими інформаційними та комунікаційними технологіям. При цьому можливості всеохоплюючого використання соціальних медіа для підтримки демократичних політичних процесів залежать від нормативно-правового та інституціонального

регулювання комунікаційної сфери держави та усталених моделей поведінки учасників комунікаційного процесу.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження концептуальних та прикладних аспектів соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві зроблено такі висновки:

1. Аналіз концептуальних засад зарубіжних та вітчизняних досліджень з проблем соціальних комунікацій засвідчив, що формування глобального інформаційного суспільства у контексті соціальних змін вважається передумовою еволюційного переходу до наступного етапу функціонування цивілізації, технологічною основою якої є індустрія високих технологій, оскільки, як зазначають дослідники, людство вступає в нову епоху, за якої швидкісні канали стануть більш доступними, телекомунікаційні мережі і мережеві сервіси забезпечать глобальний доступ і повсюдне поширення інформаційних послуг, а також призведуть до подальшого розвитку соціальних медіа. Доведено, що спільноти, які активно використовуватимуть досягнення науково-технологічного прогресу, отримають можливість проминати певні етапи інформаційного розвитку, які доводилося проходити визнаним лідерам високих технологій. Також з'ясовано, що інформаційна парадигма соціальних комунікацій здобула наукове обґрунтування, однак її розвиток відбуватиметься відповідно до нових викликів інформаційно-технологічного суспільства XXI ст..

На думку автора дисертаційної роботи, сучасна наука про соціальні комунікації характеризується цілісністю підходів до дослідження впливу інформаційно-комунікаційних процесів на взаємодію владних інституцій і спільнот та ефективність такої взаємодії. Відтак авторський концептуальний підхід до проблеми соціальних комунікацій як інструменту діяльності в інформаційному суспільстві ґрунтується на виявленні глибинних системних змін у суспільстві, а також на дослідженні форм і механізмів здійснення комунікаційної політики та перспективах використання соціального дискурсу.

Систематизація наукових підходів до проблеми соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві уможливила обґрунтування авторського погляду щодо особливостей соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, що характеризується визнанням пріоритетності інформаційної парадигми, яка виступає сукупністю комунікаційних систем, комунікаційних відносин та комунікаційних потреб в умовах сучасних соціальних зрушень. Феномен соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві розглядається на перетині соціальних, політичних та культурних чинників, що забезпечують соціально-політичні взаємозв'язки. У соціальній площині – це забезпечення соціальних прав спільнот у зв'язку зі зміною технологічного укладу, вільний доступ усіх соціальних верств до мережі інтернет,

недопущення розшарування суспільства за інформаційною ознакою на «інформаційно багатих» та «інформаційно бідних», забезпечення права на свободу висловлення думки в соціальних медіа та мережах; у політичній площині – це трансформація нового суспільного середовища, поглиблення взаємодії в соціальних медіаплатформах, забезпечення вільного обігу інформації в суспільстві; у комунікаційній площині – це розширення можливостей спілкування і взаємодії від міжособистісної комунікації (інтернет-форуми, онлайн-конференції, блоги, twitter, чати) до взаємодії за допомогою інформаційних мереж у межах глобального інформаційного простору.

2. З'ясування ролі соціальних комунікацій як інструментарію відносин в інформаційному суспільстві дозволило виокремити їх характерні моделі, що мають власні функції, внутрішню структуру і загальну спрямованість та включають інформаційні процеси в ширший соціальний контекст, оскільки сутність соціальних комунікацій трансформується водночас з удосконаленням технологій обміну інформацією, поглибленням глобалізації та використанням інноваційних засобів у взаємовідносинах влади і громадянського суспільства. Дослідження апробованих моделей комунікації, зокрема лінійної моделі комунікації Г. Лассуелла, моделі комунікаційного акту К. Шенона та У. Уівера, моделі комунікації Source-Message-Channel-Receiver Д. Берло, а також моделей Ю. Руша та Г. Бетесона, Б. Вестлі та М. МакЛіна дозволило зробити висновок, що у сучасному інформаційному суспільстві перспективною для соціальних комунікацій можна вважати модель Б. Вестлі та М. МакЛіна, що була розроблена спеціально для опису процесу у площині масової комунікації і яка може використовуватися для аналізу взаємодій в інших соціальних середовищах.

3. Концептуальні трансформації наукової думки й практична діяльність соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві внесли свої корективи в галузеву термінологію, сформували визначення явищ, процесів, понять, що відбивають особливості соціальних комунікацій та характеризують їх як своєрідне інформаційно-комунікаційне поле життя суспільства з його соціальним характером і поєднують усі складники суспільної сфери, структурують відповідну суспільну діяльність. Узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду щодо розуміння поняттєво-категоріальних характеристик соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві уможливило висновок про виокремлення таких їх визначень, як процесу обміну інформацією, різновиду взаємодії між певними суб'єктами за посередництвом певного комунікатора, інформаційного зв'язку суб'єкта з тим чи іншим об'єктом, системи суспільної взаємодії, нової інтегративної сили суспільства.

Доведено, що розширення й поглиблення наукових досліджень у галузі соціальної комунікації засвідчує еволюцію сприймання поняттєво-категоріальних характеристик як усвідомлення властивої людині сутності, що визначається соціальним статусом особи до визнання соціальної

комунікації стрижневим елементом соціальної реальності, комплексною структурою, якій властиві різноманітні – політичні, етнічні, релігійні, соціальні та інші ознаки.

Авторський підхід до поняттєво-категоріальних характеристик соціальних комунікацій дозволив поглибити розуміння суспільного концепту мережі інтернет, яка визначається як простір, у якому взаємодіють традиційні й новітні актори; як структура, що впливає на модернізацію форм суспільно-політичної взаємодії.

4. Дослідження комунікаційної функції інформаційного середовища як чинника соціальних комунікацій на підставі наукових аргументацій зумовило висновок про те, що інформаційне середовище є не лише провідником інформації, але й активно впливає на учасників комунікації, надає можливість одержання необхідних для цього відомостей, а вміння отримувати інформацію та перетворювати її набувається у процесі вдосконалення знань. Таким чином виокремлюються три основні аспекти інформаційного середовища: одна зі сторін діяльності людини; система історично утворених форм комунікації; інформаційна інфраструктура. Крім того інформаційне середовище виступає чинником, що вимагає нової адаптації суспільства до соціальних змін, оскільки специфіка сучасного інформаційного середовища спричинює коригування наявних природних та вироблених нових соціальних механізмів комунікації.

Також з'ясовано, що до функціональних характеристик соціальних комунікацій відносяться такі функції, як функція зворотного зв'язку, що дає змогу адекватно оцінювати результативність взаємодії між владою і спільнотою, функція формування громадської думки, яка дозволяє формувати моделі масової поведінки, інтегративна функція, яка формує соціальні відносини в інформаційному середовищі. Зазначені функціональні особливості соціальних комунікацій формують глобальний і національний комунікаційний простір, при цьому соціальні медіа впливають на чисельно великі розосереджені аудиторії, що дає можливість посилити ефективність соціальних комунікацій.

Автором доведено, що вплив соціальних комунікацій на владні інституції і спільноти виявляється як в позитивному, так і у негативному контексті, оскільки існують реальні загрози використання соціальних мереж для поширення агресивної інформації щодо дій політичної влади, спрямованого втручання у внутрішню політику з метою здійснення тиску на владні інститути і дезінформацію суспільства.

5. Узагальнення базових характеристик соціальних комунікацій, представлених у науковому дискурсі, уможливило виокремлення різних підходів до їх класифікації. Зокрема, за першою класифікацією типи соціальних комунікацій визначаються за такими ознаками, як масштаб комунікацій, спосіб установлення контакту, рівень організованості комунікацій, спрямованість комунікацій, тип знакової системи, що використовується у спілкуванні. За другою класифікацією типи соціальних

комунікацій характеризуються на підставі основних класифікуючих рис, а саме: за характером і складом суб'єктів, які є учасниками спілкування; за соціально-структурним контуром; за територіальним охопленням; за характером контакту; за структурою суб'єктів – учасників спілкування; за спрямованістю комунікацій та за ступенем їх відкритості; за функціями та змістом трансльованої інформації; за розподілом ролей між комунікантами. Доведено, що процеси систематизації соціальних комунікацій у науковому дискурсі вважаються незавершеними, оскільки пропонуються додаткові критерії щодо типології сучасних соціальних комунікацій.

6. На основі аналізу соціальних комунікацій як суспільно-політичного феномену інформаційної сфери ЄС виявлено, що практична діяльність інституцій ЄС та європейської спільноти спрямована на формування двостороннього соціального спілкування громадян з наднаціональними органами, а також реалізацію демократичного права індивідуумів у формуванні, становленні та розвитку демократичних структур ЄС. Встановлено, що на рівні ЄС соціальні медіа можуть використовуватися для того, щоб залучати громадськість до прийняття політичних рішень або вирішення нагальних проблем, до участі у передвиборчому процесі або популяризації діяльності політичної групи.

Аргументовано, що громадяни ЄС завдяки соціальним медіа перетворились на активних учасників загальноєвропейських політичних процесів, що дозволило звичайним громадянам бути не об'єктами впливу пропагандистських і рекламних акцій, а стати повноправними учасниками формування, становлення та реалізації демократичних прав і свобод країн-членів ЄС, оскільки представники Європейського парламенту надають європейській спільноті можливість одержувати достовірну й доступну за способом викладення інформацію про свої права та обов'язки. При цьому головними принципами комунікаційної діяльності Європарламенту можна назвати відкритість даних, залучення громадян до обговорення загальнозначущих тем і можливості встановити контакт з парламентарями.

Серед можливостей, що надають користувачам соціальні медіа, можна виокремити такі: здійснення соціальної, політичної та агітаційної діяльності з механізмом зворотного зв'язку; оперативне реагування на запити представників громадськості за допомогою інструментів соціальних мереж; відкритий доступ до соціально-політичних матеріалів, що розміщено на сторінках різноманітних інтернет-ресурсів. Соціальні мережі перетворюються на новий соціальний інститут. Тож на такому тлі виокремлюються такі характерні ознаки соціальних мереж: наявність структури та організації; задоволення потреб суспільства (функція, що є спільною для всіх соціальних інститутів); можливість регулювання соціальних процесів усередині мережі; існування соціальних груп та організацій, що задовольняють потреби певних груп та особистостей; можливість здійснення економічної діяльності у мережі; інтеграція соцмереж у соціально-політичне життя соціуму та соціалізація особистостей усередині

мережі.

7. Трансформація соціальних комунікацій як чинника розвитку інформаційного суспільства України призвела до перетворення соціальних мереж у комунікаційний простір для державних службовців, які прагнуть встановити в інтернеті нові соціальні зв'язки і сформувати власні мережі для вирішення загальнодержавних проблем. Виявлено, що соціальні медіа можуть використовуватися як ефективний механізм налагодження зв'язків між владою та громадськістю України, як інструмент управління громадською думкою та як засіб організації дій прихильників різноманітних політичних, культурних чи соціальних уподобань, що може сприяти ефективності здійснення державного управління. Для формування позитивної репутації представників українського політикуму в мережі інтернет необхідно: сформувати динамічні комунікаційні групи в соціальних медіа та збільшити кількість їхніх послідовників за допомогою розроблення індивідуального стилю створення та розвитку акаунтів і збільшення частоти публікації замовлених блогерських дописів щодо діяльності представників політикуму; провести роботу з удосконалення систем обміну інформацією між офіційним сайтом та акаунтами в соціальних мережах, що надасть новинній інформації мережевого формату, який потребує підтримки діалогу в активно обговорюваних темах і розміщення інформації у привабливому та зрозумілому аудиторії форматі; розбудувати інформаційний простір, цікавий для широкої аудиторії, за допомогою відомих онлайн-модераторів та експертів, які або знижуватимуть рівень негативних відгуків та чуток, або нейтралізуватимуть їх, створюючи позитивний інформаційний ланцюг; розмішувати посилання на акаунти політичних діячів у соцмедіа, на різноманітних сайтах та інших веб-майданчиках, що підвищить рівень взаємодії з цільовою аудиторією.

Беручи до уваги загальні положення вітчизняних та зарубіжних дослідників щодо ролі соціальних медіа в інформаційному суспільстві, варто зазначити, що чинник інформаційного розвитку соціуму має найбільший вплив упродовж нинішнього періоду суспільних і політичних змін в Україні, а тому відкритість у комунікаційному ланцюзі «влада-суспільство» підвищить ефективність державного управління та самоврядування і позитивно впливатиме на збільшення довіри громадян до органів державної влади та місцевого самоврядування. Відтак зміцнення системи зворотного зв'язку між політиками та громадськістю за допомогою інструментів мережевих інтернет-ресурсів є інноваційним чинником, за допомогою якого відбудеться трансформація політичного та соціального життя держави.

8. З урахуванням проведеного аналізу прикладних аспектів соціальних комунікацій у суспільній практиці української держави, у роботі сформульовано авторські рекомендації для діяльності владних, політичних та громадських інституцій, які полягають: у поглибленні використання комунікаційного інтернет-інструментарію на внутрішньополітичному рівні, розширенні присутності політичних партій та їх лідерів у соціальних медіа; у

взаємодії владних, політичних та громадських інституцій з громадськістю через мережу інтернет, що передбачає проведення тематичних обговорень та залучення лідерів думок до роз'яснення політичних рішень органів державної влади; у розробці офіційної програми щодо здійснення комунікації українськими політичними силами; у створенні системи моніторингу відкритих інтернет-ресурсів для прогнозування розвитку внутрішньополітичної ситуації і формування пропозицій для прийняття рішень; в оновленні комунікаційної інфраструктури владних, політичних та громадських інституцій відповідно до міжнародних безпекових норм і стандартів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії:

1. Білан Н.І. Інформаційна парадигма соціальних комунікацій / Н.І. Білан // Монографія. – К. : СПД Паливода, 2016. – 379 с.
2. Білан Н. І. Медіакорпорації в європейському інформаційному просторі / Н.І. Білан // Європейські комунікації: політичні, економічні, правові, безпекові, дипломатичні, суспільні та культурні аспекти. – Колективна монографія/ [рецензенти Є.Є.Камінський, О.В.Картунов] . – К. : Центр вільної преси, 2007. – с. 517 – 534 (0,78 авт. арк.).

Статті у наукових фахових виданнях України: (які входять до переліку ВАК/МОН України)

1. Білан Н.І. Концептуальні підходи до соціальної комунікації у сучасних наукових дослідженнях / Н.І. Білан // Інформаційне суспільство. – Вип. 7. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2008. – С. 5-10.
2. Білан Н.І. Інформаційне суспільство у вітчизняних і зарубіжних теоріях глобального розвитку / Н.І. Білан // Актуальні питання масової комунікації. – Вип. 10. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2009. – С. 20-24.
3. Білан Н.І. Інтернет як сфера соціальних комунікацій / Н.І. Білан // Інформаційне суспільство. – Вип. 9. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2009. – С. 15-20.
4. Білан Н.І. ЗМК як фактор суспільно-політичної взаємодії / Н.І. Білан // Інформаційне суспільство. – Вип. 10. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2009. – С. 23-27.
5. Білан Н.І. Особливості соціальних комунікацій в Інтернеті / Н.І. Білан // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 40. – К.: журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2010. – С. 59-63.

6. Білан Н.І. Соціальна складова теорії інформаційного суспільства / Н.І. Білан // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Вип. 18. – К., 2010. – С. 8-12.
7. Білан Н.І. Інформаційне суспільство у сучасному науковому просторі / Н.І. Білан // Інформаційне суспільство. – Вип. 20. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2014. – С. 100-105.
8. Білан Н. І. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві / Білан // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 56. – К.: журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2014. – С. 177-182.
9. Білан Н.І. Становлення інформаційного суспільства в умовах глобалізації / Н.І. Білан // Освіта регіону. - № 3.- К.: Університет «Україна», 2014. – С.71-76.
10. Білан Н.І. Соціальні комунікації як чинник формування комунікативного середовища / Н.І. Білан // Освіта регіону. - № 3.- 4. - К.: Університет «Україна», 2015. – С. 69 – 75.
11. Білан Н.І. Концептуальні підходи до нових медіа як різновиду соціальних комунікацій / Н.І. Білан // Освіта регіону. - № 1.- К.: Університет «Україна», 2015. – С. 72 – 77.
12. Білан Н.І. Особливості соціальних мереж в інформаційному суспільстві / Н.І. Білан // Інформаційне суспільство. – Вип. 21. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. – С. 23-27.
13. Білан Н.І. Трансформація соціальних комунікацій в інформаційній сфері / Н.І. Білан // Інформаційне суспільство. – Вип. 22. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. – С. 42-47.
14. Білан Н.І. Особливості інтернет-комунікації / Н.І. Білан // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 59. – К.: журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. – С. 51 – 54.
15. Білан Н.І. Соціальні медіа як інструментарій позиціонування держав в інформаційному просторі / Н.І. Білан // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 61. – К.: журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. – С. 103-107.
16. Білан Н.І. Понятійно-категоріальні характеристики соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві / Н.І. Білан // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 62. – К.: журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – С. 34 – 38.

Статті в іноземних виданнях:

1. Білан Н.І. Суспільно-політичний аспект соціальних медіа // Science and Education a NewDimension. Philology: Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe. — Budapest, 2016, Issue 76. — P. 34 – 38.
2. Білан Н. І. Сутнісні характеристики медіаплатформ в інформаційному суспільстві // Science and Education a NewDimension. Philology: Society for

- Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe. — Budapest, 2016, Issue 82. — P. 28 – 32.
3. Bilan Nadiia, Social communications as a sociopolitical phenomenon in the European Union information sphere // Evropsky politicky a pravni diskurz. — Praha, 2015, Issue 6, Volume 2. — P. 138 – 143.
 4. Bilan Nadiia, Essential features of social communications // Evropsky politicky a pravni diskurz. — Praha, 2016, Issue 1, Volume 3. — P. 154 – 159.
 5. Bilan Nadiya, 2015. The paradigm of social communications in the information society. Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal, 03 (07), pp. 111 – 121.

Статті в інших виданнях України:

1. Білан Н.І. Блоги як тип соціальної комунікації в інформаційному суспільстві / Н.І. Білан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. — Вип. 79. — Ч. I. — К.: ІМВ, 2008. — С. 101-105.
2. Білан Н.І. Соціальний концепт інформаційного суспільства у сучасному науковому дискурсі / Н.І. Білан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. — Вип. 80. — Ч. II. — К.: ІМВ, 2008. — С. 70-74.
3. Білан Н.І. Концепт політичної комунікації в умовах інформаційного суспільства / Н.І. Білан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. — Вип. 83. — Ч. I. — К.: ІМВ, 2009. — С. 138-145.
4. Білан Н.І. Теоретичні засади соціальних суспільних трансформацій / Н.І. Білан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. — Вип. 84. — Ч. I. — К.: ІМВ, 2009. — С. 69-74.
5. Білан Н.І. Соціальні критерії Європейського інформаційного суспільства / Н.І. Білан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. — Вип. 85. — Ч. I. — К.: ІМВ, 2009. — С. 77-84.
6. Білан Н.І. Інтернет і глобалізація: соціокультурні аспекти / Н.І. Білан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. — Вип. 93. — Ч. I. — К.: ІМВ, 2010. — С. 39-45.
7. Білан Н.І. Інтернет-ЗМІ як складова глобальної медіа системи / Н.І. Білан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. — Вип. 94. — Ч. I. — К.: ІМВ, 2010. — с. 60-67.
8. Білан Н.І. Інтернет як простір різних видів соціальних комунікацій / Н.І. Білан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. — Вип. 103. — Ч. I. — К.: ІМВ, 2011. — С. 46-51.

АНОТАЦІЯ

Білан Н. І. Соціальні комунікації в інформаційному суспільстві: теорія, еволюція, моделі та прикладні аспекти. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. – Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка Міністерство освіти і науки України. – Київ, 2016.

Дисертаційну роботу присвячено цілісному дослідженню концептуально-прикладних аспектів соціальних комунікацій та з'ясуванню їх перспективних моделей в інформаційному суспільстві, зокрема з'ясуванню ефективності соціальних комунікацій у контексті сучасного парламентаризму.

Робота ґрунтується на узагальненні та систематизації концептуальних підходів до ролі соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, визначенні перспективних моделей комунікації у сучасному дискурсі, дослідженні еволюції соціальних комунікацій в інформаційному середовищі та з'ясуванні його комунікаційної функції, розгляду прикладних аспектів соціальних комунікацій, визначенні та аналізі соціальних комунікацій в інфосфері Європейського Союзу та України. У роботі виокремлено авторський концептуальний підхід до особливостей соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві, що характеризується визнанням пріоритетності інформаційної парадигми, яка виступає сукупністю перетину комунікаційних систем, комунікаційних відносин та комунікаційних потреб в умовах сучасних соціальних зрушень, подано авторське визначення поняття «соціальні комунікації», яке у сучасному науковому дискурсі вживається для позначення взаємозв'язків, що складаються між політичними і суспільними акторами внаслідок використання сучасних мережевих технологій; запропоновано рекомендації для діяльності владних, політичних та громадських інституцій України.

Ключові слова: інформаційне суспільство, соціальні комунікації, інтернет-комунікації, парламентаризм, ЄС, Україна, соціальні медіа, соціальні мережі.

АННОТАЦИЯ

Билан Н. И. Социальные коммуникации в информационном обществе: теория, эволюция, модели и прикладные аспекты. - Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.01 – теория и история социальных

коммуникаций. – Институт журналистики, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко Министерство образования и науки Украины. – Киев, 2016.

Диссертационная работа посвящена комплексному исследованию концептуально-прикладных аспектов социальных коммуникаций и определению их перспективных моделей в информационном обществе, в том числе анализу эффективности социальных коммуникаций в контексте современного парламентаризма.

Работа базируется на обобщении и систематизации концептуальных подходов относительно роли социальных коммуникаций в информационном обществе, определении перспективных моделей коммуникации в современном дискурсе, исследовании эволюции социальных коммуникаций в информационной среде и аргументации его коммуникационной функции, рассмотрении прикладных аспектов социальных коммуникаций, определении и анализе социальных коммуникаций в инфосфере Европейского Союза и Украины. В работе представлен авторский концептуальный подход к особенностям социальных коммуникаций в информационном обществе, характеризующийся приоритетностью информационной парадигмы, которая выступает совокупностью пересечения коммуникационных систем, коммуникационных отношений и коммуникационных потребностей в условиях современных социальных сдвигов, подано авторское определение понятия «социальные коммуникации», которое в современном научном дискурсе употребляется для обозначения взаимосвязей, складывающихся между политическими и общественными акторами в результате использования инновационных технологий; предложены авторские рекомендации для деятельности официальных органов государственного управления, политических и общественных институтов Украины.

Ключевые слова: информационное общество, социальные коммуникации, интернет-коммуникации, парламентаризм, ЕС, Украина, социальные медиа, социальные сети.

ANNOTATION

Bilan N.I. Social Communications in the Information Society: theory, evolution, model and applied aspects. - Manuscript.

Thesis for the Doctor of Science degree in social communication. Specialty 27.00.01. – Theory and History of Social Communication. – Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine. – Kyiv, 2016.

The doctoral thesis is dedicated on the comprehensive research of conceptual and application social communications aspects and identification their advanced

models in the informational society, including identification of social communications effectiveness in the modern parliamentarism context.

It has been proved, that widening and strengthening of scientific researches in the social communications sphere is an evidence for evolution of concept and categorical characteristics perception as understanding of natural human essence. It is denoted with a social status of a person before social communication will be marked as a main element of social reality and complex structure that is characterized by different political, ethnic, religious, social and other peculiarities.

The author's approach to concept and categorical characteristics of social communications has let strengthen of the Internet social concept understanding, and that network is defined as a space for traditional and new actors' relations and as a structure that influences on the modernization of social and political relations forms.

The thesis is based on generalization and arrangement of conceptual approaches to the role of social communications in the informational society, identification of advanced communication models in the modern discourse, researching of social communication evolution and its communicational function identification, investigation of social communications application aspects, identification and analysis of social communications in the European Union information environment and Ukrainian information environment.

The author's conceptual approach to social communications peculiarities in the informational society is given in the thesis. This peculiarity is characterized with recognition of information paradigm priority, and this paradigm is a complex of communication systems, communication relations and communication need crossing in the modern social movements. Also there is an author's definition of the concept «social communications», that is used as «relations between political and social actors through using modern web-technologies» in modern scientific discourse, in the thesis. Also the author offers some recommendations for Ukrainian political and social institutions' work.

The author's approach to understanding of conceptual approaches of social communications peculiarities in the information society is characterized with recognition of priority of information paradigm, that is a complex of communication systems, communication relations and communication need crossing in the modern social movements. The phenomenon of social communications in the information society is reviewed on the social, political and cultural peculiarities crossing, and those peculiarities are a base of social and political relations. In social sphere those such relations are guarantees of

communities' social rights complimented by technological formation change, free access to the Internet for all social groups, non-admission of society stratification onto «information-poor» and «information-rich» people, guarantees of rights for thought freedom in social media and networks. In the political sphere it is new social environment transformation, strengthening of relations in social media-platforms, guarantees of free information moving in the society. In the communication sphere it is widening of communication abilities and relations from interindividual communication (Internet-forums, online conferences, blogs, chats, twitter) to relations with a help of information networks in the global information space.

Taking into account the undertaken analysis of practical aspects of social communications in Ukrainian social practice, this thesis has author's recommendations for activities of political and social institutions. Those recommendations are: strengthening of communicative Internet-tools using on the inner political level; widening of political parties and their leaders' presence in social media; political and social institutions relations with the community through the Internet (subject discussions and thoughts leaders' attraction to explanations of State government bodies' political decisions); development of official program about Ukrainian political forces' communication activities; formation of open Internet-resources monitoring system for forecasting of inner political situation development and formation proposals for making some decisions; renovation of political and social institutions communicative structure on the basis of international security standards.

Key words: information society, social communications, Internet communication, parliamentarism, the EU, Ukraine, social media, social networks.

Підписано до друку 21.09.2016 р. Формат 60x84/16
Ум. друк. арк. 1,7. Обл.-вид. арк.
Наклад 100. Зам. 275
