

Секція: Психологічні науки

## **ЩО ЗМІНИЛИ НОВІТНІ МЕДІА У ЖИТТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ?**

*Чаплінська Ю.С.,  
докторант, к.психол.н.,  
с.н.с. лабораторії психології масових комунікацій та медіаосвіти  
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України,  
м. Київ, Україна*

Сьогоднішня привносить активні зміни у життя людей. І якщо ще десять років телевізор був невід'ємною частиною життя будь-якої української сім'ї, то нині виросло покоління, які взагалі не мають телевізора, бо він, як джерело інформації та розваг, став не актуальний, застралим, певним чином навіть архаїчним. Теж саме стосується і друкованих ЗМІ – якщо раніше газети і журнали були популярними і затребуваними, то нині більшість із них перейшли в електронний формат, оскільки молодь звикла отримувати новини, використовуючи смартфони і читаючи за поїздкою в метро. Новітні медіа привнесли нові контексти у життя сучасних людей, але для того, щоб розібратися з тим, що саме змінилося, необхідно визначити, які медіа відносяться до традиційних, а які до новітніх.

До традиційних медіа, ми відносимо: друковані ЗМІ (газети, журнали, брошури, книги масових видань, листівки, плакати); радіо; телебачення – мережа ширококомовних станцій і аудиторій, які мають радіо- і телеприймні пристрої; кіно, серіали, анімація. Традиційні ЗМІ можна охарактеризувати масовістю покриття, загальнодоступністю, періодичністю та корпоративним характером виробництва і поширення інформації.

До новітні (Digital), перш за все, відносяться соціальні медіа: мережі (Facebook, MySpace, LinkedIn, Instagram тощо), канали (Youtube, Telegram тощо), блогові сервіси (Twitter, LiveJournal, Blogger), мобільні додатки (Messenger, Viber тощо); електронна пошта; цифрова реклама (контекстна, таргетінгова, банери, онлайн відеореклама) та онлайн ігри. Новітні характеризуються більш

індивідуалістичним характер і можливістю вибіркового покриття медіааудиторії (медіаспоживачів).

На наш погляд, зміни, пов'язані з появою новітніх медіа, можна розділити на три великі групи: нова подача інформації та правила комунікації, а також зміна у технічних складових. Розглянемо їх детальніше.

### *1.Подача інформації*

#### 1) Різні джерела інформації та швидкість пошуку

Якщо за часів традиційних медіа, люди дізнавалися новини виключно з газет, телебачення чи радіостанції, новітні медіа створили набагато ширше середовище альтернативних думок та джерел інформації. Люди мають можливість обирати канали отримання інформації не тільки за зручністю формату чи часу (наприклад, не чекати певного виходу вечірньої новинної передачі, а пошукати інформацію в Інтернеті і отримати її протягом 2-5 хвилин), але й контентом. Люди сьогодні читають та спілкуються багато і часто, незалежно від часу та місця, оскільки новітніх технології забезпечують такі можливості. Медіаспоживачі нині мають можливість “підписатися” і стати “послідовниками” саме тих джерел інформації, які їм імпонують найбільше.

Також широкий спектр доступних джерел інформації (в тому числі й іншомовних) дає можливість перевірки отриманих даних та розвитку критичного мислення медіаспоживачів.

#### 2) Можливість самостійно створювати контент.

Для того, що стати джерелом інформації більше не потрібен диплом журналіста чи офіційна посада в якомусь інформаційному ресурсів. За допомогою гадженів, вбудованому у них різноманітному функціоналу та вседоступності мережі Інтернет люди, можуть самостійно створювати інформаційні повідомлення, презентувати аналітичні роздуми з певних питань чи, наприклад, вести прямі трансляції з місця. Такі трансляції дають можливість тисячам іншим людям відчувати своє долучення і присутність під час цієї події. Будь який пост, слова і думки нині можуть прикріплюватись аудіо-візуальним контактом.

### 3) Доступність і розповсюдження інформації та реакція на неї людей.

Слід пам'ятати, що Інтернет та соціальні медіа в основному складаються з посилань. Користувачі можуть пропонувати посилання на інші джерела інформації, а інші веб-сайти також можуть створювати посилання на власний вміст користувача. Наприклад, як новинні сайти можуть посилатися на офіційні сторінки державних діячів в соціальних мережах. Посилання, маршрутизація та перехресні посилання є частиною сильної сторони Інтернету, і їх використання є невід'ємною частиною соціальних медіа.

Оскільки інформація стає все доступнішою, її розповсюдження більше не можливо обмежити певною локацією, новини здатні “облетіти” майже всю планету за допомогою соціальних мереж, каналів чи офіційних сторінок. Медіакористувачі “шерять” та розповсюджують пости із “гарячими” чи дискусійними новинами не обмежуючи тільки інформацією своєї власної країни чи написаної тільки однією мовою. Інтернет та соціальні медіа переформатувати світ та комунікацію і зробили їх мультикультурними.

Ще однією безсумнівною перевагою новітніх медіа – є швидка реакція людей на події і не тільки в плані їх обговорення, але й дієвого залечення. Так, наприклад, інформація про певні акції чи мітинги здатна зібрати більшу кількість людей, якщо вона розповсюджена через соціальні мережі, ніж за допомогою “сарафаного радіо” із вуст в уста.

Ще однією безперечною новизною, яку привнесли новітні медіа у життя сучасних людей – це можливість отримати швидко популярність без залучення агенств, менеджерів та значних капіталів. Соціальні мережі та канали створили можливість для популяризації унікального контенту та отримання реакції на нього значної кількості медіаспоживачів не обмежуючись якоюсь локацією, а по всьому світу.

## *II. Технічна складова*

### 1) Характеристики пристроїв

Користувачі читають, дивляться або слухають вміст соціальних медіа з екранів своїх комп'ютерів, планшетів чи смартфонів, а дослідження людського

сприйняття довели, що швидкість та ергономічність читання з екрана суттєво відрізняються від читання книги чи газети, так само як і широкоекранний телевізор (від 32 дюймів) дає більше можливостей, ніж у, наприклад, п'яти дюймового смартфона.

## 2) Архаїчність форматів

Зручність формату соціальних медіа та їх вседоступність завдяки новим технологіям, формують нові вимоги і багато традиційних медіа переходять у нові формати. Так, деякі видання повністю перейшли в електронний формат, відмовившись від друковані версій. Тобто попит на паперові газети, журнали та книжки різко зменшується у зв'язку із набуттям популярності їх електронних версій. Теж саме стосується і аудіовізуальних форматів, оскільки нині стало неактуальним придбання дискет, VHS касет або CD дисків, медіакористувачі здебільшого використовують “флешки” або хмарні сховища для зберігання чи передачі даних.

## 3) Інструменти для просування

У соціальних медіа використовується багато інструментів для просування, і кожен із них має свої особливі характеристики.

### *III. Нові правила комунікації*

#### 1) Пряма комунікація між публічними особами і їх прихильниками

Провідна роль традиційних медіа у комунікативному процесі між публічними особами та їх прихильниками кординально змінилася. Знаменитості тепер не потребують допомоги журналістів для того, щоб зробити офіційну заяву чи поспілкуватися із шанувальниками. Новітні медіа ліквідують традиційні ЗМІ як ланку-посередника. У більшості публічних осіб є офіційні сайти, сторінки в соціальних мережах чи соціальні канали. Деякі ведуть їх самостійно, у деякого є штат професіоналів, який цим займається, а дехто використовує новітні технології – програми на основі штучного інтелекту.

Іншою стороною прямої комунікації є можливість будь-якої людини додати у свій пост хештег (#) або пряме посилання (@) на офіційну сторінку будь-якої фірми, державної структури або публічного діяча. Такий формат часто

використовується як офіційна та публічна книга скарг, пропозицій та подяк. Оскільки “затеганий” пост автоматично з’являється на сторінках тих, кого затегали і така публічна комунікація накладає свої обмеження та вимагає однозначних реакцій.

## 2) Анонімність

Нові соціальні медіа окрім можливості прямої комунікації та ведення офіційних сторінок, також створили і можливість для “тіні”, оскільки акаунти у соціальних мережах можуть не відповідати реальним характеристикам користувача. Наприклад, у 2019-2020 роках в Україні відбулося кілька політичних скандалів у зв’язку із “зливом” конфіденціальних розмов державних чиновників на анонімну Телеграм-каналі.

## 3) Змішаність ролей

Якщо в рамках традиційних медіа люди виконували ролі спостерігачів та антуражу до телевізійних або радіошоу, то новітні медіа привносять різноманіття в рольовий антураж, а також поєднання кількох ролей одночасно. Наприклад, люди можуть бути як користувачами Вікіпедії, так і її творцями та редакторами.

Технології в людському житті завжди потенційно мають два вектори. І ми можемо сміливо говорити про те, що новітні медіа несуть в собі як значний потенціал для покращення людського життя, так і для закладають основи для нових інформаційних загроз. Означені нами вище зміни – лише дають можливість для аналізу та узагальнення інформації стосовно соціально-психологічних змін, які несуть за собою впроваджені у людське життя технологічні новинки.

Чаплінська, Ю.С. (2020). *Що змінили новітні медіа у житті сучасної людини?* Теоретичні та прикладні аспекти розвитку науки. Частина II. Збірник матеріалів V Міжнародно-наукової практичної конференції (м. Київ, 30-31 січня 2020 року). Київ : МЦНІД, 17-19.