

invasion-of-ukraine-for-international-security-nato-and-beyond/index.html. (дата звернення 18.11.2023)

7. Tadesse M. Why millions of people across Africa are facing extreme hunger. _IRC_. URL: <https://www.rescue.org/article/why-millions-people-across-africa-are-facing-extreme-hunger>. (дата звернення 18.11.2023)

8. Tracking the faceless killers who mutilated and executed a ukrainian POW - bellingscat / C. Grozev et al. bellingscat. URL: <https://www.bellingscat.com/news/2022/08/05/tracking-the-faceless-killers-who-mutilated-and-executed-a-ukrainian-pow/>. (дата звернення 18.11.2023)

Вікторія Семерня, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої факультету гуманітарних та соціальних дисциплін Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Науковий керівник – кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та українознавчих студій **Станіслава Зайцева**

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

У науковій розвідці розкрита надзвичайно актуальна тема, оскільки постійна зміна споживацьких звичок, популярність роблять соціальні мережі ефективним інструментом для комунікації. У роботі є досліджено роль та вплив соціальних мереж на сучасну журналістику.

Ключові слова: контент, тренд, медіа, хештег, акаунт, відеоінтерв'ю, медіапростір.

Так, сьогодні соціальні мережі стали невіддільною частиною нашого життя, визначаючи не лише спосіб спілкування, але й взаємодії з інформацією. Журналістика і собі переживає значущі трансформації під впливом цього цифрового революційного явища. «Одна з найсуттєвіших переваг соціальних мереж – широке охоплення цільової аудиторії, адже саме вони є прямим

каналом комунікації з громадськістю, завдяки якому ви не тільки матимете більше контролю над викладенням фактів і аргументів, а й зможете охопити свою цільову аудиторію краще, повніше й швидше» [1, с. 2].

Теоретичні засади функціонування новітніх медій та Інтернет-ЗМІ розглянуто в наукових працях Б. Потятиника, Г. Почепцова, С. Машкової, В. Іванова, В. Шевченко, Н. Габора, О. Чекмишева, Ш. Рус-Моля, В.Шнайдера та ін. Особливостям розвитку та використання соціальних мереж присвячені дослідження Р. Абдєєва, С. Афанасьєва, А. Бобкової, В. Іноземцева, Л. Масімової, І. Мудрої, Т.Фісенко, А. Тоффлера, А.Турина, Дж. Кіма, С. Тонга, Л. Лангвела, С. Маєрса та ін.

Також пропонуємо виокремити Інтернет-ресурси «Медіакритика», «Трибуна», «Медіасапієнс», «Детектор медіа», «Mymedia» сайти АУП, Медіакритики, де часто публікують дослідження на тему соціальних мереж, а також доробки Д. Брауна, Р. Орчарда та інших, розміщені на платформі «Youtube» [1, с. 2].

Поява популярних соціальних мереж, таких як Facebook, Twitter , Instagram та TikTok перетворили звичайне онлайн-середовище в простір для віртуального спілкування та взаємодії. Користувачі отримали можливість ділитися своїми думками, фотографіями, враженнями та іншою інформацією за лічені секунди. Це призвело до того, що кожен користувач став своєрідним "видавцем" власного контенту, що мав безпосередній вплив на взаємодію в онлайн-середовищі. З цим етапом розвитку пов'язана і суттєва зміна в культурі спілкування. Враження, ідеї та тенденції стали швидко поширюваними через соціальні мережі, що визначило нові стандарти популярності та трендів. Люди стали відчувати, що їхні думки та вираження мають потенційно глобальний вплив.

Загалом, перший етап розвитку соціальних мереж визначив їхню роль у формуванні сучасного цифрового суспільства, де обмін інформацією, враженнями та культурним контентом перетворився на повсякденну реальність.

На другому етапі соціальні мережі трансформувалися від простого засобу спілкування до важливих джерел новин та інформації. Люди стали отримувати

новини не лише від традиційних медіа, але й через соціальні платформи, де кожен користувач може стати свідком події та розповісти про неї. Даний етап розвитку соціальних мереж, який можна визначити приблизно з середини 2010-х років, відзначився значущим зростанням їх ролі як джерела новин та інформації. Спочатку вони були сприймані як місце для неформального обміну враженнями та особистою активністю. Проте, поступово вони почали виконувати функції, які раніше були виключеною компетенцією традиційних медіа.

Соціальні мережі, такі як Twitter та Facebook, стали надійними інструментами для оперативного інформаційного поширення. Ці платформи стали не лише майданчиком для особистого вираження, але й важливим інструментом для отримання і поширення новин та інформації, роблячи їх неодмінною складовою сучасного журналістського підходу. Завдяки коротким повідомленням та хештегам, новини могли швидко стати вірусними та отримати значну увагу. Люди почали отримувати новини практично в реальному часі, перш ніж традиційні засоби масової інформації могли висвітлити подію.

Як зазначає Кіца М.: «Щоб зацікавити читача через соціальну мережу, варто враховувати деякі особливості цих платформ. Так, скажімо, важливо знати, за яким критерієм мережа «Фейсбук» розміщує посилання, поширені Вашими друзями. Першими у стрічці новин Вашого друга з'являться пости з відео, далі – з ілюстраціями, а вже в останню чергу – суто текстові повідомлення» [3, с. 113].

Медіа почали реагувати на зростання важливості соціальних мереж як джерела новин. Багато з них створювали свої власні акаунти та використовували платформи для розповсюдження своїх матеріалів. Одночасно із цим виникли нові стандарти журналістики, спрямовані на роботу в умовах швидкої та нестабільної інформаційної сфери. Формати новин також почали змінюватися. Короткі новинні статті, відео та інтерактивні елементи стали популярнішими серед аудиторії, яка віддавала перевагу швидкому та легкодоступному сприйняттю інформації.

Соціальні мережі певною мірою визначають формування громадської думки, оскільки стають майданчиком для обговорення та висловлення різних поглядів. Вони створюють унікальний простір, де громадяни можуть обговорювати політичні рішення, суспільні проблеми та виражати свої погляди.

Соціальні мережі впливають на хід політичних подій, оскільки вони стають каналом для миттєвого сприйняття та реакції на політичні рішення. Публічні дискусії, активні групи та рухи, формуючи свої позиції у соціальних мережах, можуть впливати на формулювання публічних вимог та ставлення до різних політичних питань. Вони дозволяють громадянам висловлювати свої погляди та позиції безпосередньо, незалежно від того, де вони знаходяться. Це призводить до зростання важливості голосу громадян в політичних процесах, адже вони можуть активно брати участь у формуванні громадської думки та впливати на прийняття рішень. «Тому соціальні мережі застосовуються нині на всіх рівнях влади та їхніми активними користувачами є багато урядових структур. Для влади соціальні мережі є хорошою можливістю надавати текстову, фото та відеоінформацію для громадськості, стейкхолдерів та медіа» [2, с. 47]. Проте, на думку Bernhard U., Dohle M. важливою цільовою аудиторією для багатьох політиків і урядовців у соціальних мережах є не громадськість, а журналісти [4, с. 755].

Цей розвиток також став викликом для журналістики, оскільки з одного боку, важливо враховувати голос громадян у формуванні інформаційного поля, а з іншого, виникають питання про правдивість та фільтрацію інформації в умовах розмаїття думок та джерел. Як зауважують Гарматій О., Онуфрив С.: «Влада може намагатися використовувати журналістів як спосіб отримати майданчик для поширення своєї інформації та поглядів в пресі, радіо, ТБ, інтернет-ЗМІ. Чиновників приваблює можливість тиражування їхніх повідомлень, взятих зі соціальних мереж, у традиційних ЗМІ і в такий спосіб розширити свою аудиторію ...» [2, с. 47].

Соціальні мережі стали платформою для широкого публічного обговорення та адвокатури питань громадського інтересу. Активісти та організатори можуть

мобілізувати громадськість, запускаючи кампанії та петиції через соцмережі, що може вплинути на прийняття рішень на різних рівнях. Загалом, соціальні мережі не лише віддзеркалюють, але й формують політичні та суспільні дискусії, впливають на громадську думку та можуть мати реальний вплив на хід подій.

Соціальні мережі забезпечують журналістам можливість активно взаємодіяти з аудиторією через коментарі, репости та вподобайки. Це створює живий зв'язок між журналістами та читачами, залучаючи глядачів у процес новинної роботи та надаючи їм можливість висловлювати свої думки та питання.

Журналісти можуть використовувати соціальні мережі з будь-якого місця, використовуючи мобільні пристрої. Це дозволяє їм бути на передовій подій та швидко реагувати на зміни в реальному часі. Мобільність забезпечує можливість надсилати фото, відео та текстові оновлення навіть з самого місця подій. Соціальні мережі створюють можливість для журналістів негайно реагувати на відгуки та питання своєї аудиторії.

Соціальні мережі підтримують використання різних мультимедійних форматів, таких як фотографії, відео та живий стрімінг. Тому, у цілому, соціальні мережі стали важливим інструментом для оперативного повідомлення про події, розширення аудиторії та зближення журналістів зі своєю аудиторією в режимі реального часу.

Таким чином, у сучасній журналістиці соціальні мережі відіграють надзвичайно важливу роль. Їхня миттєвість, взаємодія з аудиторією, розширення аудиторії, формування громадської думки, використання мультимедіа та інші аспекти роблять їх не лише інструментом для поширення інформації, але й кардинальним змінником самого підходу до журналістської діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Використання соціальних мереж (Посібник ЄС в Україні): посібник. Київ. 2020. – 47 с. URL: <https://www.euam-ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-Compendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>. (дата звернення: 13.01.2024).
2. Гарматій О., Онуфрив С. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста // Вісник національного університету «Львівська політехніка». 2021. № 2 (2). С. 45-52. DOI : <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.045> (дата звернення :09.04.2024).
3. Кіца М. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці // Вісник національного університету «Львівська політехніка». 2018. Випуск 896, Номер 2. С. 107-114. DOI : <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.107> (дата звернення :09.04.2024).
4. Bernhard U., Dohle M. Local politics online : the influence of presumed influence on local politicians' online communication activities in Germany. Local Government Studies. 2015. No. 41(5). P. 755–773. DOI:10.1080/03003930.2015.1028624 (дата звернення :08.04.2024).

Владислава Чернуха, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.
Науковий керівник – доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю **Володимир Шкляр**

СТРУКТУРА ОНЛАЙН-СЕРВІСУ «EVA BLOG»

У статті вивчається роль блогів у функціонуванні мережі українських магазинів краси та здоров'я. Аналізується структура онлайн-сервісу «Eva