

УДК 007: 304: 004.9

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Холод О.М.

Інститут журналістики Київського міжнародного університету, м. Київ, Україна

Дослідження присвячене виокремленню критеріїв розгалуження соціально-комунікаційних технологій за концепцією інмутації суспільства.

Ключові слова: *соціально-комунікаційні технології, концепція інмутації суспільства, критерії розгалуження.*

Постановка проблеми полягає в тому, що нині жодний із дослідників соціально-комунікаційних технологій не запропонував чітких критеріїв для їхнього систематизування та класифікації. Аналіз останніх досліджень проблеми пошуку критеріїв диференціації соціально-комунікаційних технологій дає підстави виокремити такі підходи:

- 1) соціологічний (наприклад, праця Матвієнка В.Я.);
- 2) соціально-комунікаційний (наприклад, праця Присяжнюка М.М.);
- 3) з позицій філософії (наприклад, праця Соколова А.В.);
- 4) з позицій публіцистики (наприклад, праця Королька В.П.);
- 5) з позицій менеджменту (наприклад, робота Бебика В.М.);
- 6) з позицій рекламознавства (наприклад, монографія «Реклама та PR у масовоінформаційному просторі»);
- 7) з позицій іміджології (наприклад, монографія Холода О.М.);
- 8) з позицій психолінгвістики (наприклад, робота Романова О.А. і Черепанової І. Ю.);
- 9) з позицій дискурсології (цікавою є праця Серажим К.С.);
- 10) з позицій гендеристики (наприклад, робота Компанцевої Л.Ф.);
- 11) з позицій журналістикознавства (огляд праць подано в праці «Журналістика в парі та піар у журналістиці»).

Спираючись на результати власних досліджень [9] і пошуки попередників, ми сформулювали *мету* свого *дослідження*: згідно теорії інмутації суспільства виокремити конкретні критерії диференціації соціально-комунікаційних технологій.

Пропонуємо розгалужувати всі соціально-комунікаційні технології за концепцією інмутації суспільства, яка всі технології називає маніпулятивними. Оскільки до маніпуляції, згідно з названою концепцією, слід віднести мутацію та інмутацію, ми всі технології пропонуємо розгалузити на два типи, а саме:

- 1) соціально-комунікаційні технології мутації;
- 2) соціально-комунікаційні технології інмутації.

До соціально-комунікаційні технологій мутації пропонуємо віднести таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на позитивне або нейтральне змінення поведінки соціуму. Серед технологій мутації ми називаємо такі:

- 1) технологія формування іміджу (іміджбілдинг);
- 2) технологія виправлення інформації (спіндоктор);
- 3) технологія соціальних зв'язків (паблік рилейшнз);
- 4) технології просування (маркетингові комунікаційні технології);
- 5) технології перемовин;
- 6) рекламні технології;
- 7) виборні технології;
- 8) кризові технології;
- 9) технології формування промов (спічрайтинг, спічмейкінг);
- 10) технології електронних мереж;
 - 10.1) соціальні мережі;
 - 10.2) підбір і розміщення новин;
 - 10.3) інформування через підписку про розсилання інформації;
 - 10.4) аналіз тематичних подій;
 - 10.5) підбір тематичної інформації;
 - 10.6) електронний маркетинг;
 - 10.7) словникові технології;
- 10) технології мобільного зв'язку;
- 11) технології організації дозвілля;
- 12) психотерапевтичні технології;
- 13) технології громадянського суспільства;
- 14) технологія перепису населення;
- 15) блокування в країні мобільного зв'язку та інтернету;
- 16) технології інформаційно-телекомунікаційних корпорацій (під час формулювання назв технологій ми спиралась на назви методів, запропонованих Є. Котухом [3, с. 52-55]):
 - 16.1) створення інтриги і змагання,
 - 16.2) створення псевдоальтернативи,
 - 16.3) пропозиція прогнозів, які самореалізуються;
 - 16.4) обмін думками через блоги і записи на «стіні» електронних сторінок в Twitter, Facebook, ВКонтакте, Однокласники тощо;
 - 16.5) формуюче опитування, або запуск чуток на професійних форумах;
 - 16.6) розміщення дезінформації (наприклад, про отруєння колодязів чи перестрілку в мікрорайоні) з метою сіяння паніки серед населення і розпорощення натовпу на площах міста [1, с. 21]);
 - 16.7) залучення думки до лідера псевдопідтримки (певна інформаційно-телекомунікаційна корпорація нібито підтримує окрему думку, тим самим відслідковує кількість гостей і учасників форуму, які висловлюються на підтримку ідеї: результатом є або підтримка

громадської думки з боку корпорації, або оголошення про скасування підтримки).

17) технології новітніх медіа, спрямовані на підтримку протестних громадських акцій:

- 17.1) формування спрямованості висвітлення в ЗМІ інформації про події у світі (через поширення в Twitter та YouTube; наприклад, на Близькому Сході – Maktoob, Jeeran (йорданські мережі); Watwet (арабомовний сервіс));
- 17.2) «продовжена активність», або «після завершення активної стадії протестів соціальні медіа й надалі використовуватимуться з політичною метою для контролю за проведенням реформ» [1, с. 21];
- 17.3) формування громадської думки через технологію «порядок денний» (розміщення друкованими ЗМІ «твітер-трансляції та класифікації інформації за допомогою тегів» [1, с. 21]);
- 17.4) створення на сайтах Wikipedia статей та розміщення оновлення в них у режимі он-лайн, «що сприяло аналізу окремих подій і ролі персоналій, відстеженню причинно-наслідкових зв'язків» [Зінько, 2004, с. 21]);
- 17.5) трискладова взаємодія старих і нових медіа (активісти агрегують контент – з використанням фото- і відеоматеріалів – на Facebook-сторінки. Перепост такого контенту здійснюється на Twitter, а друковані ЗМІ «використовують згенерований соціальними мережами матеріал для власних трансляцій» [1, с. 21]);
- 17.6) фішинг (вид інтернет-шахрайства, метою якого є отримання доступу до конфіденційних даних користувачів – **логінам** і пароліам [6]), вішинг (голосовий фішинг), смішинг (SMS-фішинг);
- 17.7) технологія хештегування (від хеш-тег, хештег – «спеціальна мітка для повідомлень у Твіттері, яка дозволяє об'єднати різноманітні повідомлення від різних авторів у єдине смислове ціле») [8];
- 17.8) технологія використання дайл-ап як інструменту поширення або обмеження інформації; дайл-ап – це комутований віддалений доступ (від англ. dial-up) – «сервіс, що дозволяє комп'ютеру за допомогою модему і телефонної мережі загального користування під'єднуватись до іншого комп'ютеру (серверу доступу) для ініціалізації сеансу передачі даних (наприклад, для доступу до інтернет)» [2]; зазвичай dial-up називають тільки доступ до інтернету на домашньому комп'ютері або віддалений модемний доступ до корпоративної мережі;
- 17.9) контроль за активністю проксі-серверів (від англ. proxy – «представник, уповноважений») – служба в комп'ютерних мережах, яка дозволяє клієнтам виконувати непрямі запити до інших мережевих служб» [4];

17.10) активізація тролінгу (від англ. trolling – «ловля риби на блесну») – розміщення в інтернеті (на форумах, у дискусійних групах, у вікі-проектах) провокаційних повідомлень із метою викликати конфлікти між учасниками, взаємні образи тощо [5];

17.11) флеймінг (від англ. flame – вогонь, полум'я) – «спір заради спору», обмін повідомленнями в місцях масового мережевого спілкування (наприклад, інтернет-форуми, чати тощо), які є словесною війною, яка часто вже не має відношення до початкової причини спору; повідомлення флейму можуть містити особисті образи, і частіше спрямовані на подальше розпалювання сварки; іноді використовується в контексті тролінгу, але частіше флейм вибухає через образи на віртуального співбесідника [7].

До числа соціально-комунікаційних технологій інмутації ми пропонуємо віднести таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на негативне змінення поведінки соціуму. Серед технологій інмутації ми називаємо такі:

- 1) технологія формування негативного іміджу (трешімідж);
- 2) технологія інформаційного охоплення (пропаганда);
- 3) технологія інформаційного протистояння-боротьби (інформаційних війн);
- 4) технології електронних мереж:
 - 4.1) технології блогування;
 - 4.2) технології еротичних та порно-сайтів;
 - 4.3) технології розповсюдження рефератів та дипломних робіт;
- 5) технології чуток.

Згідно концепції інмутації суспільства, соціально-комунікаційні технології мутації як системи дій-комплексів розгалужуємо на технології:

- 1) додавання;
- 2) модифікації;
- 3) трансформації.

Соціально-комунікаційні технології додавання є початковою стадією мутації, під час дії якої до сформованого іміджу через часткове змінення моделей поведінки та світогляду реципієнтів додається невелика частка інформації, що накладає тимчасовий відтінок на утворений образ.

До соціально-комунікаційних технологій додавання пропонуємо віднести такі:

- 1) технологія виправлення інформації (спіндоктор);
- 2) технологія соціальних зв'язків (паблік рилейшнз);
- 3) технології просування (маркетингові комунікаційні технології);
- 4) рекламні технології;
- 5) технології формування промов (спічрайтинг, спічмейкінг);
- 6) технології електронних мереж:
 - 1.1) підбір і розміщення новин;
 - 1.2) інформування через підписку про розсилання інформації;
 - 1.3) аналіз тематичних подій;
 - 1.4) підбір тематичної інформації;

- 1.5) електронний маркетинг;
- 7) технології мобільного зв'язку;
- 8) технології організації дозвілля.

Концепція інмутації суспільства передбачає виокремлення соціально-комунікаційних технологій мутації, які реалізуються в модифікації як проміжній стадії мутації, яка завдає вагомих змін образу. До модифікаційних соціально-комунікаційних технологій пропонуємо віднести такі:

- 1) технології перемовин;
- 2) виборні технології;
- 3) технології електронних мереж:
 - 3.1) соціальні мережі;
 - 3.2) словникові технології.
- 4) технологія перепису населення.

До соціально-комунікаційних технологій мутації, згідно з концепцією інмутації суспільства, слід віднести кінцеву стадію процесу – трансформацію, завдяки якій вплив на споживачів інформації відбувається завдяки формуванню нового або зміненого іміджу. До трансформаційних технологій ми віднесли такі:

- 1) технологія формування іміджу (іміджбілдінг);
- 2) кризові технології;
- 3) психотерапевтичні технології;
- 4) технології громадянського суспільства.

До соціально-комунікаційних технологій інмутації слід віднести таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на негативне змінення поведінки соціуму. Технологіями інмутації може стати будь-яка технологія мутації, якщо її дію-комплекс спрямувати на негативний результат. Отже, перелічені соціально-комунікаційні технології набувають певного спрямування (нейтрального, позитивного або негативного) згідно з тими намірами, які мають їхні автори й реалізатори. Звідси *висновок*: диференціація соціально-комунікаційних технологій залежна від намірів і ефективності їхніх авторів.

У подальшому ми маємо намір не тільки продовжити перелік соціально-комунікаційних технологій, але й здійснити їхню детальну типологізацію і класифікацію.

Список літератури

1. Зінько С. Роль новітніх медіа в акціях протесту на Близькому Сході / С. Зінько // З. С. Зовнішні справи. – № 3. – 2011. – С. 20-25.
2. Комутований віддалений доступ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Котух Є. Вплив інформаційно-телекомунікаційних корпорацій на формування громадської думки суспільства / Є. Котух // З. С. Зовнішні справи. – № 4. – 2011. – С. 52-54.
4. Прокс-сервер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
5. Троллінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Фишинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
7. Флеймінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

8. Хэштер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
9. Холод О.М. Зібрання наукових праць: [у 10 т.] / О.М. Холод. – Кривий Ріг, 2009. – Т. 4: Психолінгвістика інмутацій: [монографія]. – 2009. – 246 с.

Холод А.М. Дифференциация социально-коммуникационных технологий // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т.24 (63). – №4. Часть 1. – С.105-110.

Исследование посвящено выделению критериев дифференциации социально-коммуникационных технологий согласно концепции инмутации общества.

Ключевые слова: *социально-коммуникационные технологии, концепция инмутации общества, критерии дифференциации.*

Kholod A.M. Differentiation of social-communication technologies // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.105-110.

Research is devoted the selection of criteria of fork of social-communication technologies after conception of inmutation society.

Key words: *of social-communication technologies, conception of inmutation society, criteria of fork.*

Поступила до редакції 27.07.2011 р.