

УДК 165

Тимошенко О.Т.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗМІ В НОВОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ:
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ**

У статті пропонується авторський огляд сучасної епітемології, а саме розгляд сучасного суспільства в мережі Інтернет, оскільки спілкування людей змінюється в новому комунікативному середовищі. Сучасна людина отримує знання, чи впливає це на інформаційний потік і як загалом змінюється тенденція отримання інформації в сучасному світі, наше спілкування взагалі. Чи присутня трансформація концепції ЗМІ з появою мережі Інтернет, оскільки такі трансформації впливають на ЗМІ та громадянську ідею. По-перше, ми представляємо епітемологію соціальних мереж, яка описує зміни, що стосуються нових соціальних медіа в Інтернеті. По-друге, ми живемо в перехідному періоді, який поєднує Інтернет як засоби комунікації. Це викликає зміни в журналістиці, оскільки воно передбачає включення громадськості до ЗМІ, в онлайн-взаємодії.

Ключові слова: комунікативне середовище, мережа інтернет, web 2.0, інформаційний простір, епітемологія, епітемологія соціальних мереж, ЗМІ.

Тимошенко О.Т. Трансформація СМІ в новом коммунікативном пространстве: социальные сети. В статье предлагается авторский обзор современной епистемологии, а именно рассмотрение современного общества в сети Интернет, поскольку общение людей изменяется в новой коммуникативной среде. Современный человек получит знание, влияет ли это на информационный поток и как в целом изменяется тенденция получения информации в современном мире, наше общение вообще. Присутствует ли трансформация концепции СМІ с появлением сети Интернет, поскольку такие трансформации влияют на СМІ и гражданскую идею. Во-первых, мы представляем эпистемологию социальных сетей, которая описывает изменения, которые касаются новых социальных медиа в Интернете. Во-вторых, мы живем в переходном периоде, который совмещает Интернет как средства коммуникации. Это вызывает изменения в журналистике, поскольку оно предусматривает включение общественности к СМІ, в онлайн взаимодействии

Ключевые слова: коммуникативная среда, сеть интернет, web 2.0, информационное пространство, эпистемология, эпистемология социальных сетей, СМІ.

Tymoshenko O. Transformation of mass-media is in new communicative space: social networks. The author review of modern epictemologii is offered in the article, namely consideration of modern society in a network the internet, as intercourse of people changed in a new communicative environment. As a modern man will get knowledge, whether it has an influence on an informative stream and as in general the tendency of receipt of information

changed in the modern world, our intercourse in general. Whether present transformation of concept of mass-media with appearance of network the internet, as such transformation influences on mass-media and civil idea. Firstly, we present the epistemology of social networks, which describes the changes concerning the new online social media. Secondly, We live in a transition that incorporates the Internet as a communication medium. This causes changes in journalism because it implies the inclusion of the public in the media, in online interactions.

Keywords: *communicative environment, network the internet, web 2.0, informative space, epistemology, epistemology of social networks, mass-media.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливим науковими чи практичними завданнями. Соціальні мережі виступають у публічній сфері та в установі демократичних практик у соціальному розвитку, у встановленні порядку денного з більш інтегрованими та представницькими питаннями суспільства. Таким чином, громадяни визнають себе в процесі прийняття рішень більш справедливим і демократичним. Яка сила пристрастей і емоцій на зв'язку в соціальних мережах або навіть роль громадської думки і теорії порядку денного в мережевому суспільстві? Ми представляємо епістемологію соціальних мереж, яка описує зміни, що стосуються нових соціальних медіа в Інтернеті. Поява мультимедійних комп'ютерів у 1980 - х роках і Інтернету як засобу масової інформації. На початку 1990-х років була створена нова роль комп'ютерних технологій. Такий розвиток перенесли комп'ютери поза науковими та адміністративними та організаційними додатками, і зробили їх соціальними середній і засоби масової інформації – інструмент загального призначення та середовище для ігор, творчий висловлювання, мистецтво, кіно, фотографія тощо Інтернет, дозволяв особам спілкуватися і виконувати спільну діяльність над комп'ютерами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Проблематикою нового комунікативного простору та трансформацією сучасного ЗМІ займалися такі дослідники як: Мануель Кастельс, іспанський соціолог, один із засновників теорії нових соціології міста, у своїй книзі *Networks Outrage and Hope-Social Movements in the Internet*(Соціальні рухи в епоху Інтернету), аналізує соціальні рухи щодо формування, динаміки, цінностей та перспектив соціальної трансформації. Доктор філософії по комунікаціям, професор Івана Бентес Олівейра, яка досліджує великі медіа-корпорації, ролі альтернативної преси, аналізує комунікативні курси, вважає, що є однорідність серед газет і редакційних рядків у звичайній пресі; одна з дослідників, яка популізує інструменталістський підхід к використанню інтернету є И.Дев'ятко. Також дану проблематику можна знайти у багатьох дослідників епістемології, соціальної епістемології, адже дана тема дуже актуальна для сучасного суспільства. Вивченням поведінки суспільства в інтернеті були і такі представники як: Н.Байм (N. Baym), С.Теркл (S. Turkle).

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Головною метою статті є намір показати як поводить себе людина в новому просторі, яким чином проходить

комунікація в мережі інтернет. І в який момент ЗМІ починає свою трансформацію і кожна людина в соціальних мережах стає «журналістом».

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Суспільство характеризується активним розвитком мережевих структур, що зв'язують не тільки індивідів але і підприємства, інститути та навіть цілі країни. Цілком природно, що ця обставина призвела до незворотніх трансформацій в багатьох сферах людської діяльності. Кардинальні зміни відбулися в політичній сфері, науці, економіці в багатьох інших сферах

В сучасному світі людина наділена великими можливостями в створенні чогось нового, в спілкуванні зі «світом». Зараз ми можемо отримувати будь яку інформацію лише одним рухом комп'ютерної мишки, ми можемо спілкуватися з людьми де би вони не знаходились в світі, ба більше, ми можемо їх почути і побачити. Такі колосальні можливості нам дає мережа Інтернет. Ми живемо в час, коли Інтернет стає комунікативним середовищем. В Інтернеті людина може як спілкуватися, купувати речі, їжу, оплачувати комунальні послуги. І все це не виходячи з дому. Про що це свідчить? Ми говоримо про те, що людина стає свідком (чи навіть головним «героєм») створення нового середовища «життя». Зважаючи на те, що ми майже все робимо в Інтернеті, можна сказати, що ми маємо інше життя в просторі Інтернету. Це ніби ми переносимо себе в складні зв'язки (електронні) там переживаємо емоції різні, ми навіть можемо бути абсолютно іншими ніж в реальному житті. Але, які тоді правила «гри» в цьому новому комунікативному середовищі? Такі як і в реальному чи зовсім інші?

Поява нового середовища призводить до змін і у сферах життя людини, в професіях. Такі зміни присутні і в журналістиці, оскільки вона передбачає включення громадськості в засобах масової інформації, в онлайн-взаємодіях. Людина хоче завжди залишатися «онлайн» тримати руку на інформаційному пульсі. Що ж було до Інтернету, як ми комунікували зі світом? Перед Інтернетом головними формами масової комунікації були – радіо, газета та телебачення.

В чому ж різниця споживачів інформації того часу і сьогодення? Різниця полягає в тому, що минулі платформи підтримували вертикальні відносини з тими, хто отримує інформацію. Аудиторія була пасивною, можливість взаємодії була досить мінімальною. Тобто, отримуючи інформацію, ми фіксували її, далі йшов аналіз, можливо обговорення з іншими, хто чув таку саму новину. В більшій мірі все це проходило без якоїсь яскравої активності, аудиторія була пасивно по відношенню до ЗМІ. Те, як ми отримували раніше інформацію з новин, обмежувала погляди громадськості.

Зі створенням Інтернету «світ» перетворився на інформаційний простір. Так, деяка схожість з отриманням інформації як раніше є (радіо, телебачення, газети), але ми отримали можливість шукати потрібну нам інформацію, або те що почули з новин, але хотіли дізнатися більше (або отримати більш чіткі дані). Якщо згадати різні сфери життя людини, то простіше стало шукати ті ж книги, фільми та навіть музику. Уявляєте той новий потік інформації (та її об'єм) який обрушився на людей? Вони повинні були переробити велику кількість нових знань, які отримали. З цією задачею людство, як ми знаємо, впоралось.

До появи стандартів Web 2.0, комп'ютер вже десятиліття служив середовищем для різних форм соціальних мереж, починаючи з 1970-х років з соціальним використанням ARPANET американських військових і розвиваючись для полегшення тисяч інтернет-груп і списків електронних поштових листів, BBS (системи дошки оголошень) чати, присвячені еклектичному діапазону тем і соціальних ідентичностей (Barnes 2001; Turkle 1995). Ці ранні комп'ютерні соціальні мережі були системами, які вирости органічно, як правило, як способи використання комерційного, академічного або іншого інституційного програмного забезпечення для більш широких соціальних цілей [11, р.1]. Доречі, саме термін «соціальна мережа» в контексті інформаційного середовища вперше використав у 1954 році соціолог Джеймс Барнс. Сьогодні під цим терміном найчастіше розуміють віртуальну платформу, Інтернет-сайт, веб-сервіс, портал в Інтернеті, мета якого – об'єднати якомога більшу кількість людей, надавши їм максимум можливостей комунікації між собою [3, 153].

Що ж до технології Web 2.0, то вона розвивалася спеціально для того, щоб полегшити користувальницький, спільний Інтернет-контент, і хоча початкові цілі розробників програмного забезпечення Web 2.0 були ще в значній мірі комерційними та інституційними, нові стандарти були розроблені явно для використання вже очевидного потенціалу Інтернет для соціальних мереж.

Зокрема, соціальні інтерфейси Web 2.0 переглянули соціальну топографію Інтернету, дозволивши користувачам створювати все більш безперервні зв'язки між своєю онлайн-соціальною присутністю та існуючими соціальними мережами в автономному режимі – тенденція, яка почала віддаляти Інтернет від своєї початкової функції. притулок для анонімних або псевдонімних ідентичностей, що формують соціальні мережі *sui generis* (Ess 2011). А от з появою різних засобів спілкування в Інтернеті (Facebook, Twitter тощо) світ перетворювався з інформаційного в комунікативне. Це означає, що кожна людина в світі, яка отримує інформацію, насичується інформаційно настільки сильно, що максимально залучає до процесу користувачів [11, р. 3]. Серед перших веб-сайтів, які використовували нові стандарти для загальних цілей соціальних мереж, були Orkut, MySpace, LinkedIn, Friendster, Bebo, Habbo і Facebook. Більш пізні та специфічні тенденції в соціальних мережах в Інтернеті включають зростання сайтів, призначених для обміну медіа (YouTube, Flickr, Instagram, Vine), мікроблогів (Tumblr, Twitter), мереж на основі місцезнаходження (Foursquare, Loopt, Yelp, YikYak).

Соціальні мережі, ви можете побудувати відносини відповідно до бажань і ідентифікацій задоволення, як групи або вибраної віртуальної спільноти. Відносини структуровані з взаємодії, а саме здатність встановлювати відносини з іншими особами, які мають однакові світогляди, ті ж соціальні, естетичні та поведінкові категорії. Суб'єкти взаємодіють у контексті Інтернету та друкують свої сприйняття або перебудовуються відповідно до інших уявлень, заснованих на обмінах враженнями, обміну ідеями, сумішами переконань і пристрастей болю і задоволення. Культурне і суспільне життя стає глобальною мережею через множинність стилів, часу і місць, подорожей, засоби масової інформації та комунікаційні системи в соціальних мережах. Тема в Мережі Світ пов'язує в часи, місця, історії, традиції, плаваючи вільно, з будь-

якого місця і в будь-який час. Інтерактивність суб'єкта дається для участі у виробництві контенту шляхом створення повідомлень, надсилання пропозицій і думок, що дозволяє всім учасникам, у певному сенсі, бути агентами в процесі соціальної мережі. Логіку суб'єкта соціальної мережі перетинають протиріччя думки, що вводяться в мережі сприйняття суб'єктивностей; тому це область виробництва, обігу та побудови значень у мережі. Досвід обміну враженнями від змісту, обмінюватися інформацією, брати участь у форумах, висловлювати свої думки або створювати, приєднуватися до спільнот, провокує у суб'єкта відчуття свободи, жити з задоволенням, демонструвати інтимність, конструювати суб'єктивності та ідентичності в мережі вражень та ідей. Інтерпретація та висновки щодо вибору тем, як вони захищають свої ідеї, їхні переконання виражаються у діях, які ці особи, які займаються цими групами, та їх взаємодія у віртуальних громадах виражають себе у соціальних рухах. Таким чином, суб'єкт соціальних мереж являє собою зв'язок відносин сприйняття, сформульованих у враженнях, почуттях, бажаннях, пристрастях, що становлять «нейрональний суб'єкт» [11, р 14].

Коли ми маємо справу з епістемологією, ми зазвичай посилаємося на вивчення походження, структури, методів і обґрунтованості знання, тому воно також відоме як теорія пізнання. В класичній теорії пізнання була характерна опозиція «світу природи» і всього, що відносилось до його пізнання, і «світу культури». У сучасній епістемології позначена тенденція переосмислення основних понять. Вона виражається в розширенні предметного поля досліджень. Наукове знання і пізнання стали розумітися як елементи більш широкої царини – світу людської діяльності та спілкування. В аналізі наукового знання дослідники почали задіювати уявлення, запозичені з соціальних і гуманітарних наук.[8, р.13]

Тут ми використовуємо термін епістемологія, щоб зрозуміти феномен соціальних мереж, тобто пояснення того, як процес навчання відбувається через мережі в три рівні: технічні (нові медіа), комунікаційні (нові моделі комунікації) і політичні (новий досвід України). Поняття соціальних мереж тут розуміється в оперативному сенсі, тобто комп'ютерна мережа з'єднує мережу людей, груп або організацій таким чином, що складає соціальну мережу (Gustavoclopes, 2012, серпень). Побудовані, в даний час, нові сценарії комунікації з одного боку, великі медіа-корпорації, телевізійне мовлення, друк та онлайн, а з іншого роль незалежної альтернативної преси, які не пов'язані з приватним або державним підприємством або будь-якої економічною групою. Конфігурує себе, потроху, протистояння між звичайними засобами масової інформації та незалежної (альтернативною пресою) що має, як підтримку матеріалу та нових інформаційних технологій(Bavaresco & Konzen, 2009).

Для того, щоб зрозуміти як поводить себе нове суспільство, ми повинні враховувати новий медіалізований простір. перед тим, як перейти до ЗМІ в мережі, хотілося б підкреслити характерну особливість виду тексту в інтернеті. Все, що ми мали до інтернету, те як ми спілкувалися, глобальна мережа наповнила свій контент ще і фотографіями, відеозаписами, аудіофайлами – це дало можливість переходити від одного об'єкта на інший через посилання на різні ресурси – повідомлення тим самим стає гіпертекстовим. Сама можливість репрезентації наших думок неймовірно розширюється,

оскільки з'являється можливість розширити спектр почуттів за рахунок залучення всіх представлених в інтернеті способів медіалізації – анімації, фільмів, музики і т.п.[7, с. 6]

Гіпертекстовість інтернету пояснюється в першу чергу іншим технологічним способом структурування контенту. Посилання, що видаються пошуковими системами на запити користувачів, організуються через безліч координат: Тут присутня частота звернень до пошукової комбінації, оплата вигідних позицій, конкуренція або співробітництво різних ресурсів, в кінці кінців, хакерські атаки і впровадження комп'ютерних вірусів – все це впливає на можливість нашого «блукання» по мережі.

На думку доктора філософії по комунікаціям, професора Івани Бентес Олівейри, яка досліджує великі медіа-корпорації, ролі альтернативної преси, аналізує комунікативні курси, вважає, що є однорідність серед газет і редакційних рядків у звичайній пресі. Є звичайна журналістська модель великої корпоративної компанії, яка починає використовувати такі технології, як Інтернет або інші електронні можливості. Однак це відкриває новий плюралістичний сценарій з суб'єктом, який стає виробником медіа, тобто починає виробляти інформацію, аналізувати і інтерпретувати факти. Це явище артикулює інший медіаплеср, який називається незалежним або альтернативні засоби масової інформації[8, р. 12]. Незалежні ЗМІ більш самостійнішими, мають вплив на формування громадянської думки і в подальшому це має вплив на політичний стан в країні.

Мережеве суспільство дуже гнучке, воно постійно змінюється через зближення з технологіями в інтегрованій системі. Наприклад, як ми вже зазначали, Web 2.0 – це нова конфігурація мережі, яка встановлюється модель співпраці в комунікаційному процесі. Тут долається класична модель «відправника-повідомлення» і того, хто приймає, оскільки кожен може виробляти вміст інформаційні потоки, що взаємодіють з нескінченністю [11, р 4].

Якщо згадати за яким принципом працювала раніше платформа, а вони підтримували вертикальні відносини з тими, хто отримує інформацію, то сучасні ЗМІ це вже соціальні мережі, рух інформації ділиться на вертикаль та горизонталь. Вертикальна комунікація – коли є відправник та багато приймачів, а ось горизонтальна комунікація це коли все у взаємодії – відправники і приймаючі інформацію (тут створюється середовище демократизації ЗМІ та думки). Важливо зауважити, що всі вони є учасниками соціальних мереж. Всі люди, які підключенні до мережі, можуть грати ролі і виконувати дії в множинних відносинах. Незалежні ЗМІ поступово змінюються і трансформують ЗМІ які є в мережі інтернет, ті засоби масової інформації з здатністю впливати на громадянську думку – це і є ті зміни, про які ми говоримо. Такий контрдискурс з'являється в блогах, розсилках, на сайтах, в незалежних засобах масової інформації. Також існує реалізація протиріччя громадянської думки завдяки такій трансформації. І що важливо, така контр інформація поширюється з великою швидкістю, що іноді неможливо дізнатися одразу перший варіант інформації. Всього цього не було б без інтернету.

За словами доктора філософії Івани Бентес Олівейри сама ця швидка реакція в розповсюдженні інформації в інтернеті породжує суперечку в ЗМІ. Чому тут виникає суперечка? Можна припустити, що завдяки такій відкритості інтернету, кожен користувач стає «інструментом» ЗМІ. Але ситуація, на думку, Івани Олівейри інша –

суперечка з'являється, тому що доступ до різноманітності абсолютно полегшується через державну політику і зростаюча демократизація інтернету, а також множення інформації [12, р. 13].

Тепер журналіст розміщує інформацію в Інтернеті і, на той самий час отримує думку читача. Читач взаємодіє і суперечить або має іншу думку, ніж думка журналіста. Тому ця зміна думки, врегулювання здійснення демократії і ввічливості, породжуючи поворот світ засобів масової інформації. Журналістика вже не є монополією журналістів засоби зв'язку, що надаються цифровими технологіями. Існує можливість будь-якої особи, яка бере на себе роль ЗМІ, здатні говорити за тисячі інших, створюючи аудиторії з характеристиками журналістики. Журналістика більше не залишається в рамках лише викладу матеріалу, завдяки великій кількості людей (не журналістів, а користувачів соціальних мереж) інформація дуже швидко обробляється, редагується, фільтрується. Тепер ви можете отримати більше доступу.

Мануель Кастельс, іспанський соціолог, один із засновників теорії нових соціології міста, у своїй книзі *Networks Outrage and Hope-Social Movements in the Internet*(Соціальні рухи в епоху Інтернету), аналізує соціальні рухи щодо формування, динаміки, цінностей та перспектив соціальної трансформації. Він досліджує соціальні рухи мережевого суспільства, які, за його словами, становлять суспільство 21-го століття, тому що їхні практики беруть фундаментальні протиріччя нашого світу [9, р.12]

У книзі *Communication Power* (2009) Кастеллс стверджує теорію, що влада є субстратом для розуміння соціальних рухів. Відносини влади є конститутивними для суспільства, оскільки ті, хто володіє владою, будують інституції відповідно до своїх цінностей і інтересів. Влада здійснюється через примус (монополія насильства, законний чи ні, за контроль над державою) та або шляхом побудови сенсу у свідомості людей, через механізми символічних маніпуляцій. Відносини влади є іманентними у всіх інституціях суспільства, особливо в державі. Проте суспільства проходять через протиріччя, оскільки там, де є влада, існує також і контр-сила. Тобто соціальні актори стверджують свої протилежності і плюралістичні цінності та інтереси, тобто є боротьба за створення мережі смислів у свідомості людей. Людські групи створюють сенс, взаємодіючи зі своїм природним і соціальним середовищем, з'єднуючи свої нейронні мережі і природу, і соціальні мережі. Мережа керується актом комунікації та обміном інформацією.

Епістемологія мереж, у їх технічному вимірі, представлена постійною трансформацією інформаційних технологій (ІТ), яка в цифрову еру розширює діапазон до всіх рівнів соціального, політичного та економічного життя, у мережі одночасно глобальні та місцеві, масові та персоналізовані. Процес формування сенсу характеризується плюралізмом. Однак цей процес залежить від повідомлень і технічних структур, відформатованих і транслуються в мультимедійних мережах зв'язку. Ми знаємо, що індивідуальний людський розум будує свій власний сенс, інтерпретуючи в своїх власних концепціях, інформації. Однак ця психічна обробка обумовлена комунікаційним середовищем, тобто зміна комунікаційного середовища впливає на побудову смислів, а отже, і відносини влади. Однак існує протиріччя між урядовою владою і компаніями, що стикаються з силою глобального самозв'язку.[8, р.13]

На думку Кастельса, фундаментальною зміною в області комунікації було виникнення того, що він назвав «самостійним спілкуванням». Тобто використання інтернету і бездротові мережі в якості цифрових платформ зв'язку, що досягають множини рецепторів, з'єднуючись з нескінченним числом цифрових інформаційних мереж. «Самостійне спілкування виробляє повідомлення автономного режиму, оскільки воно ґрунтується на горизонтальних інтерактивних мережах, перетворюючись на владу, яку майже не контролює влада урядів або компаній». Таким чином, уряди і компанії хочуть обмежити свій потенціал для свободи, контролюючи обмін файлами або інтернет-мережі.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок даному напрямку. У мережевому суспільстві влада є багатовимірною і організована навколо планових мереж у кожній сфері людської діяльності, відповідно до інтересів і цінностей множинних соціальних суб'єктів. Глобальний самозв'язок мультимедійних мереж впливає на людський розум і прийняття рішень, формуючи мережі влади в різних сферах людської діяльності – одна з них, це мережа фінансів. Фінансові мережі та глобальні ЗМІ тісно пов'язані між собою, що, на думку Кастельса, є приватною мета-мережею; інша – мережева політика, культурна продукція, військова, кримінальна мережа; мережа виробництва та застосування науки, технологій та управління знаннями.

Програмістами є комутатори, які взаємодіють між різними мережами (меронні барони вводяться в політичний клас, фінансові еліти, які платять політичним елітам, політичні еліти, які використовують фінансові установи, медіа-компанії, пов'язані між собою фінансовими компаніями, академічні інститути, які фінансуються великими компаніями, і тому на).

Де ж зміни, навчальні процеси в епістемології мереж? Вони відбуваються: на технічному рівні він формулює телевізійну пресу, мовлення, друк та Інтернет, а з появою Інтернету та незалежних соціальних мереж ми переходимо від епохи ЗМІ до ЗМІ для всіх, тобто до медіа-демократії; рівень комунікації, він переходить від ексклюзивної концепції до інклюзивної журналістики для преси та журналістів; на політичному рівні соціальні мережі поставили під сумнів представницьку демократію і поставили під сумнів впровадження цифрової демократії та демократизації засобів масової інформації. Таким чином, навчання, яке відбувається в соціальних мережах, розвиває громадську думку в мережі.

Література:

1. *Девятко И.Ф., Шашкин А.В., Давыдов С.Г.* Онлайн-исследования в России 2.0. М.: РИЦ «Северо-Восток», 2010. 330 с.
2. *Жарчинская Я.* Web 2.0. — новое интерактивное медиапространство // Интернет и интерактивные электронные медиа. Ч. 2. М.: Изд-во МГУ, 2007. С. 74—122.
3. *Палій С.В.* Соціальні мережі як засіб комунікації електронного навчання. / С. В. Палій // Управління розвитком складних систем. — 2013. — Вип. 13. — С. 152-156.
4. *Кастель, Мануель.* Мережі обурення і надії. Політична преса: Кембридж, 2012.
5. *Царева А.В.* Человек в сети: смена веб-поколений // Журнал социологии и социальной антропологии. 2012. Т. XV. № 5 (64). URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/new_issue.
6. *Сети в глобальном мире: приглашение к диалогу* // Журнал социологии и социальной антропологии 2012. Т. XV № 5 (64). URL: http://www.jourssa.ru/?q=ru/new_issue

7. *Усманова А.* Репрезентация как присвоение: к проблеме существования другого в дискурсе. URL: http://lacan.narod.ru/ind_lak/oni_4.htm.
8. *Bavaresco, A.* (2014). Epistemology of Social Networks, Public Opinion and Theory of Agenda. Canadian Social Science, 10(6), 11-19. Available from: <http://www.cscanada.net/index.php/css/article/view/5135>
9. *Castells, M.* (2012). Networks of outrage and hope. Cambridge, England: Polity Press.
10. *Manovich L.* The Language of New Media. URL http://cfi.au.dk/fileadmin/www.cfi.au.dk/publikationer/cfis_skriftserie/010_dalgaard.pdf.
11. *Vallor, Shannon,* «Social Networking and Ethics», The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2016 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL = <https://plato.stanford.edu/archives/win2016/entries/ethics-social-networking/>.
12. <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/12724-e-restritivo-demais-pensar-so-no-jornalismo-como-centro-da-discussao-midiatica-entrevista-especial-com-ivana-bentes-oliveira>
13. <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/12724-e-restritivo-demais-pensar-so-no-jornalismo-como-centro-da-discussao-midiatica-entrevista-especial-com-ivana-bentes-oliveira>

УДК 378.013.73

Хоменко Г.В.

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНУ МИРОБУДІВНИЦТВА В КОНТЕКСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Висвітлено проблему розвитку вищої освіти у ситуації боротьби із наслідками соціального конфлікту. Досліджено основні шляхи імплементації концепту миробудівництва в діяльності педагогів. Проаналізовано зміст ідей демократії в освітньому просторі. Визначено основні чинники збереження балансу різноманіття у соціумі та підтримки світоглядної цілісності суспільства. Здійснено інтерпретацію поняття миробудівництва згідно з тлумаченням американських і європейських науковців. Обґрунтовано основні аспекти впровадження концепту миробудівництва як стратегії розвитку вищої освіти.

Ключові слова: миробудівництво, вища освіта, постконфліктне суспільство, соціальна турбулентність, освітня культура, толерантність, освіта миру.

Хоменко Г.В. Социально-философский анализ феномена миростроительства в контексте высшего образования. Освещена проблема развития высшего образования в ситуации борьбы с последствиями социального конфликта. Исследованы основные пути имплементации концепта миростроительства в деятельности педагогов. Проанализировано содержание идей демократии в образовательном пространстве. Определены основные факторы сохранения баланса многообразия в социуме и поддержки мировоззренческой целостности общества. Осуществлено интерпретацию понятия миростроительство в соответствии с толкованием американских и