
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 007:304:004.09

I.M. Артамонова

ІНТЕГРАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ІНТЕРНЕТ-ЗМК: ВПЛИВ НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ СПОЖИВАЧІВ СУЧАСНИХ МЕДІА

Інтегральним результатом діяльності засобів медіакомунікації як комунікативної системи має бути створений ними єдиний інформаційний простір, який виникає тоді, коли інтегровані нові медіа надають можливість членам суспільства спілкуватися, взаємодіяти один з одним, щоб на основі збагачення, розвитку та засвоєння духовного потенціалу суспільства спільно й організовано брати участь у різних видах суспільної діяльності.

Ключові слова: соціальні мережі, інтернет-комунікація, інтернет-ЗМК, інтеграція, взаємовплив, взаємодія, соціалізація.

I. Вступ

Сьогодні дослідники уважно спостерігають за розвитком онлайн-засобів комунікації й небезпідставно високо оцінюють їх значення та роль. Хоча мережеві комунікаційні засоби є ще досить молодими медіа, але, як зазначають дослідники, швидкість, з якою Інтернет завойовує масову аудиторію, в історії засобів комунікації та інформації безпрецедентна.

Інформаційна галузь стає визначальною у функціонуванні найважливіших сфер життя суспільства, тож якість інформаційної основи сучасного суспільства набуває першорядного значення. Інформація для перспектив розвитку людства має ключове значення, оскільки однією з головних умов добробуту громадян, захисту їхніх прав, успішної самореалізації в постіндустріальному суспільстві є безперешкодний доступ до інформації та вміння орієнтуватися в розмаїтті інформаційних потоків. Активізація інформаційних потреб на певному етапі розвитку людства стала основою появи нового виду діяльності – інформаційної, компонентом якої є засоби масової комунікації (ЗМК). Отже, історично поява засобів масової комунікації зумовлена необхідністю задоволення інформаційних потреб суспільства.

Сьогодні “відбувається революція в інформаційних технологіях (вона називається дигітальною революцією), що увібрала в себе значні досягнення електроніки, математики, філософії, психології та економіки. У результаті перед нами кардинальний перелом у розвитку інформаційних технологій,

які виникли та вдосконалюються разом з еволюцією людського суспільства” [8].

Нові засоби масової інформації в історично короткий час виявили свій величезний потенціал та пріоритет, тому не випадково Інтернет як новий засіб комунікації став предметом дослідження багатьох учених із різних країн. Більшість праць присвячена історії та становленню комп’ютерних мереж, гіпертекстовій природі мережі Інтернет, комунікаційним, мультимедійним та інтерактивним її функціям, Інтернету як мегабібліотеці, функціонуванню інформаційних мережевих видань, менеджменту та ринковому позиціонуванню інтернет-видань; при цьому більшість праць має професійно-практичний характер.

Отже, актуальність комплексного дослідження інтернет-медіа зумовлена соціальною, теоретичною, практичною значущістю та недостатньою розробкою як загальної, так і конкретної проблематики, тому нова медіаплатформа повинна мати на сьогодні науково-дослідницькі пріоритети.

На допомогу традиційним та онлайн-медіа сьогодні активно приходять соціальні мережі. Наукове вивчення взаємодії засобів масової інформації та соціальних мереж наразі перебуває на початковій стадії. Усе це зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

II. Постановка завдання

Об’єктом нашого дослідження є вплив інтегрованих нових медіакомунікацій на суспільство. Предметом – взаємодія засобів масової інформації та соціальних мереж. Мета дослідження – виявлення основних стратегій інтеграції ЗМІ та соціальних мереж.

III. Результати

Наукової літератури, яка б стосувалася взаємодії ЗМІ із соціальними медіа, наразі майже не існує. Практичні надбання в цьому сенсі значно випереджають офіційну науку. Про це свідчить достатньо широке використання можливостей сайтів соціальних мереж засобами масової інформації, а також проведення тренінгів, присвячених цій темі. Крім того, редактори й журналісти провідних ЗМІ створюють електронні презентації, в яких роз'яснюють важливість та необхідність тісної взаємодії із соціальними мережами.

Український учений Г. Почепцов у новій праці “Від Facebook’ у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації” аналізує нові медіафеномени, які формують життя сучасної людини. До них автор зараховує і нові медіа, зокрема блоги, Twitter, Wikileaks, і соціальні мережі [10]. Як слушно зауважує дослідник, ми звикли дивитися на теорію медіа як на щось створене в минулому. Але це не так, оскільки цей напрям весь час розвивається. Потрібно багато зусиль, щоб прослідкувати за всіма ідеями й трендами. Особливо якщо нове приходить у прихованому вигляді: воно вже є, але ми його ще не помічаємо. Також учений пише, що поява нових технологій змінює багато в чому й сутність самої професії. Залишаються лише базові процеси збирання та передачі інформації [10, с. 9].

З. Гадієв розглянув категорію “соціальна мережа”, різновиди й функціонування веб-сервісу “соціальна мережа” [1]. Українські науковці В. Данич і О. Бельченко вважають, що сьогодні соціальна мережа – “це програмовий сервіс, майданчик для взаємодії людей у групі або в групах” [2]. Більш чітку й розгорнуту дефініцію надає російська дослідниця М. Лукіна. Згідно з її визначенням, соціальна мережа – це “інтернет-сервіс для побудування в Інтернеті спільнот людей зі схожими інтересами і/або діяльністю. Зв'язок здійснюється за допомогою внутрішньої пошти, форумів чи миттєвого обміну повідомленнями” [5, с. 344]. Американська дослідниця Н. Еллісон (Nicole Ellison) описує особливості сайтів соціальних мереж, пропонує власну дефініцію й подає свій погляд на історію таких сайтів [16]. Достатньо цікаве дослідження взаємодії ЗМІ та соціальних мереж у російському секторі Інтернету провів Є. Панченко [3]. У своїй праці він подає статистичні дані, які стосуються новинних сайтів і соціальних мереж, а також розглядає ситуацію з новими медіа в контексті російської медіасистеми, зокрема порівняно з телебаченням. Білоруський учений О. Градюшко аналізує використання соціальних мереж і сервісу Twitter деякими білоруськими газетами. Він доходить висновку, що “сайти дру-

кованих ЗМІ можуть значно поповнити базу своїх читачів за рахунок користувачів соціальних мереж і пошукових систем” [7]. Заступник головного редактора російського видання “РИА-Новости” Н. Лосева в електронній презентації “Соціальні мережі і ЗМІ: як жити далі?” пояснює, навіщо ЗМІ необхідний тісний взаємозв'язок із соціальними медіа, визначає теми, які найбільше обговорюють користувачі соціальних мереж Facebook і Вконтакте, а також сервісу міні-блогів Twitter.

Зростання ролі інформації в житті суспільства підводить до висновку про можливість виокремлення засобів мережевої комунікації в особливу сферу соціального життя, діяльність у межах якої виявляється тісно переплетеною з духовним виробництвом і формуванням суспільної свідомості. Сучасне масове суспільство є результатом розвитку мас-медіа, які сьогодні можуть бути розцінені не тільки як інститут трансляції панівних цінностей, а й як самостійна сила, що дедалі активніше впливає на свідомість усіх соціальних груп, формує світоглядні картини людини, безпосередньо беручи участь у соціалізації окремих людей і цілих поколінь.

Удосконалення інформаційних відносин спричиняє формування такого стану свідомості членів суспільства (громадської думки, світогляду, соціальних норм, традицій), яке відповідає стану суспільної свідомості загалом.

У контексті єдиного інформаційного простору неминучою є поява нових форм взаємодії його структурних компонентів – засобів мережевої комунікації. У нинішніх реаліях відносини в морфології мережі можуть бути визначені як медіаінтеракція, учасниками якої рівною мірою є всі види й типи ЗМК та соціальних мереж, що прагнуть до взаємовигідного співробітництва. В об'єднаній медіакомунікації – загальна аудиторія, а отже, і більше інформаційне охоплення. При існуванні чисельності таких великих і малих медіасоюзів, що контактують між собою, створюється поліцентричний єдиний інформаційний простір країни.

Сучасне суспільство з характерними для нього збільшенням швидкостей інформаційного обміну та зменшенням відстаней є сприятливим середовищем для нових моделей комунікації, що здійснюються завдяки новітнім інформаційно-комунікаційним технологіям, багато з яких після деякого часу фактично починають задавати стандарти масовим інформаційним процесам. Тут чітко простежується явище взаємодоповнення, взаємопосилення: як породження інформаційного суспільства мережеві комунікації поступово зміцнюють свій вплив на інформаційне середовище та перетворюються на чинник, що впливає на подальший розвиток сучасного суспільства. ЗМІ стають каталіза-

тором змін, що відбуваються в суспільстві, але водночас і суспільні тенденції значно впливають на розвиток сфери ЗМК.

Медіа формують новий світ, а не просто інформують. Особливо це стосується нових медіа [10]. Facebook став першою соціальною мережею, яка запропонувала іншим сайтам, у тому числі новинним, інтеграцію у вигляді соціальних плагінів, що дає змогу аудиторії соціальних медіа виражати власне ставлення до новин, коментувати їх або відправляти своїм друзям у соціальній мережі.

До того ж іноді кількість підписників у соціальних мережах перевищує не тільки наклад, а й середньодобову відвідуваність сайту. Соціальні медіа дають змогу ЗМІ значно збільшити аудиторію, а також досить часто самі виступають джерелом фактів. Соціальні мережі сприяють майже миттєвому поширенню інформації, до того ж вони доступні 24 години на добу і 7 днів на тиждень [7].

Крім того, інтернет-ЗМІ отримують можливість краще розуміти свою аудиторію, орієнтуючись на коментарі, оцінки, відгуки й зауваження. Відкриваються джерела нового контенту та розвитку вже наявних тем, адже через соціальні мережі можна знайти учасників та очевидців подій, новини, фото й відео.

Так, за словами Є. Панченко, завдяки інтеграції інтернет-ЗМІ і соціальних мереж з'являється новий інформаційний простір – інтерактивні конвертовані соціальні медіа. Новий потенційний цифровий публічний простір народжується саме на стику інтернет-ЗМІ і соціальних мереж, при цьому інтернет-ЗМІ формують порядок денний, визначаючи загальноважливі питання, а суспільство через соціальні мережі отримує можливість формулювати власні відповіді на ці питання [3].

Соціальні мережі сьогодні відвідує вже більше ніж дві третини онлайн-аудиторії у всьому світі, і це четверта за популярністю онлайн-категорія після пошукових порталів, інформаційних порталів та програмного забезпечення, яка випереджає навіть електронну пошту (за даними компанії Nielsen Online). Використання онлайн-спільнот сьогодні зростає вдвічі швидшими темпами, ніж будь-який із чотирьох інших секторів мережі Інтернету, і в три рази швидше, ніж користування Інтернетом загалом. Соціальні мережі залучають людей, які мають різні цілі: підтримка контакту зі старими знайомими та пошук нових, у тому числі облаштування особистого життя; пошук роботи, просування свого бізнесу, професійне спілкування; обмін інформацією та медіаконтентом з іншими користувачами.

Аудиторія різних соціальних мереж значно відрізняється одна від одної. Так, користувачів у віці від 15 до 24 слід шукати в ме-

режі Мой мир на Mail.ru, від 16 до 34 – в мережі Вконтакте, а від 20 до 53 – в мережі Однокласники. В Україні соціальні мережі з'явилися порівняно недавно, хоча досить давно поширені за кордоном.

Якщо Вконтакте є лідером серед соціальних мереж в Україні, то американська мережа Facebook за останні два роки стала остаточно світовим лідером у цьому сегменті. В Україні ця мережа посідає сьоме місце у списку найвідвідуваніших сайтів держави [15].

Вконтакте та Однокласники можна умовно поділити на соціальну мережу молоді та людей більш зрілого віку, Facebook об'єднує у своїй аудиторії і тих, і інших. Тобто цей проект можна характеризувати як універсальний. У світі ця мережа славиться громадською активністю своїх користувачів. Так, наприклад, за даними дослідження американської компанії Pew Research Center, у США 75% дорослих американців беруть активну участь у волонтерських організаціях або ініціативах, що організуються через цю мережу. Користувачі Facebook більш активні, ніж інші користувачі Інтернету: 80% користувачів цієї мережі беруть участь у громадському житті, для порівняння – у некористувачів цей показник становить лише 56%.

Проте загалом користувачі соціальних медіа виявились найбільш громадсько-активними людьми: 82% користувачів соціальних мереж і 85% користувачів Twitter є учасниками громадських ініціатив та організацій.

За даними Б. Стоуна, через Twitter сьогодні проходить 95 млн коротких повідомлень за день. Близько 175 млн зареєстрованих користувачів беруть участь в обміні твітами по всьому світу. Якщо ініціатива Б. Стоуна буде реалізована, кожен з них стане кореспондентом нового інформаційного видання.

Значущість мікроблогів Twitter у сучасній медіакартині світу вже не є приводом для сумнівів. Учені та практики інформаційного ринку з різних куточків планети погоджуються, що соціальні мережі змінюють світ. Особливо це помітно під час надзвичайних подій або масштабних соціальних перетворень. Наприклад, після початку так званої панарабської революції, й особливо після революції в Єгипті посол США в ООН С. Райс зазначила, спілкуючись із громадськістю в Twitter, що останні події наочно демонструють, наскільки ефективно Twitter та інші соціальні мережі можуть "направляти й захищати суспільні настрої" [9].

З розширенням можливостей доступу до Інтернету та появою відеохостингу YouTube набуло популярності в Україні розміщення відео зі зловживанням владою та іншими порушеннями співробітників ДАІ. Пізніше така тенденція призвела спочатку до появи

окремого web-сайту “Дорожній контроль” [4], де систематизовано всі випадки порушень, а потім до появи відповідних команд активістів у регіонах, які навмисно вели стеження за потенційними порушниками у формі. Таким чином, можна зробити висновок, що нові можливості інтернет-комунікації дали змогу українському суспільству відстоювати свої права, оприлюднювати приклади порушення законодавства та зловживання владою.

Ще одним каталізатором підвищеної громадянської активності українців в Інтернеті, окрім, звичайно, процесів розвитку технології web, стало президентство В. Януковича, а також неофіційна монополія на державні посади всіх рівнів представників Партії регіонів. Громадське обурення й незгода в багатьох питаннях державної політики спричинили велику хвилю негативу з боку інтернет-спільноти в бік правлячої політичної сили.

Проте масова незгода суспільства із діями Президента – розвинуте явище в сучасній Україні. Так, у 2009 р. на відкритті донецького футбольного стадіону “Донбас–Арена” під час вітальної промови Президента України В. Ющенко глядачі на трибунах освіти голови держави, таким чином виявивши неповагу до нього. Пряма трансляція заходу відбувалась на каналі “Україна”, згаданий епізод також увійшов у телеверсію, а пізніше був поширений користувачами відеохостингу YouTube та інтернет-виданнями [12].

Через два роки в 2011 р. схожа ситуація відбулася знову, але вже з наступним Президентом України – В. Януковичем. Тепер уже в Києві, на відкритті після реконструкції стадіону “Олімпійський” трибуни знову освіти Президента України під час промови. Цього разу телетрансляцію також вів телеканал “Україна”, але, як виявилось, вона була з двохвилинною затримкою для того, щоб можна було контролювати, що увійде до ефіру, а що – ні: таким чином епізод було видалено з телеверсії. Але вже за декілька годин відеозапис знову ж таки поширився мережею завдяки користувачам сервісу YouTube та інтернет-виданням, які вмонтовували цей відеоролик на свої онлайн-сторінки [13; 14].

Обидва епізоди неповаги до президентів набули широкого розголосу не тільки на сторінках вітчизняних інтернет-видань, але стали темами багатьох закордонних інтернет-ЗМІ. Безумовно, можна сказати, що процесу розголосу цих епізодів сприяла можливість наочно підтвердити факт відеозаписом, розміщеним на глобальному сервісі YouTube.

Інтернет єднає людей. Анонімність у мережі надає хоробрості багатьом і спонукає до дії. Спільнота активних користувачів того чи іншого сегмента глобальної мережі об’єднана не тільки віртуальними, а й реальними соціокультурними обставинами певної географічної

території, кордонами держави тощо. З розвитком можливостей web для висловлення своїх думок і об’єднання у віртуальні групи посилились можливості для масових акцій у мережі, протестів або, навпаки, закликів до дії.

Одним із показових українських прикладів сили інтернет-користувачів став випадок із закриттям файлообмінного ресурсу EX.ua, який, за версією міжнародної організації захисту інтелектуальної власності, був у списку 25 найбільших у світі порушників авторських прав.

Український Інтернет уперше настільки явно виявив цілісність і організованість користувачів. Через кілька годин після закриття група хакерів здійснили Ddos-атаки на сайт МВД, що зробило його неактивним. Увечері того самого дня виникли перші проблеми з web-представництвами СБУ та Президента України. Одночасно в соціальних мережах та в коментарях до матеріалів найбільш популярних інтернет-ЗМІ, таких як “Українська правда” та ForUm, з’явилися інструкції, як допомогти атакувати сайти державних установ. Упродовж наступного дня сайт Президента був неактивним, а до атакованих додалися сайти Партії регіонів, Верховної Ради, Кабінету Міністрів, НБУ, Конституційного суду України та ще декількох організацій [11]. Цей протест продемонстрував громадянську позицію великої кількості населення України: в атаках на сайти державних установ взяли участь близько 300 тис. звичайних користувачів, які відповідно до наведених інструкцій Ddos-атак виявили своє ставлення до позиції влади таким онлайн-протестом [6].

IV. Висновки

Отже, можна сказати, що сучасна інтернет-комунікація спрямована на збільшення комунікативних можливостей усіх учасників процесу обміну інформацією завдяки розширенню функціональних можливостей мережевих платформ. На сучасному етапі розвитку інтернет-ЗМІ в Україні існує міцний зв’язок між інформаційними веб-виданнями та соціальними медіа, що активно впливає на соціалізацію споживачів нових медіа.

Особливостями аудиторії соціальних сервісів є високий рівень реакції на публікації, а також залучення до аналізу поданої інформації великої кількості інших користувачів. Тобто, розроблюючи нові теми та створюючи ексклюзивний контент, видання можуть значно продуктивніше поширювати свою інформацію й збільшувати свою конкурентоспроможність за рахунок активної аудиторії соціальних медіа.

Результати дослідження дають змогу виробити конкретну стратегію успішної побудови журналістських інформаційних проєктів у мережі, а також зрозуміти напрями сучасного технологічного, а відтак, і функціо-

нального та комунікативного розвитку моделей взаємодії користувачів Інтернету й журналістських видань у мережі.

Сьогодні Україна на шляху до розуміння того, що інтернет-технології – це потужне знаряддя в сучасному світі, а також метафора свободи і творчості як способу життя. Молоде покоління сприймає мережу як основний засіб освіти, особистісної комунікації, професійної діяльності, реалізації свободи й незалежності.

Список використаної літератури

1. Гадієв З.Р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vonu_sip/2011_8/pdf/str_075-081.pdf.
2. Данич В.Н. Этимология и развитие понятия “социальная сеть” [Электронный ресурс] / В.Н. Данич, А.А. Бельченко // Национальная библиотека Украины им. Вернадского. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/Nvdu/2011_2/11baapss.pdf.
3. Интеграция Интернет-СМИ и социальных сетей в Рунете: Новая публичная сфера или пространство контроля? [Электронный ресурс] // Academia.edu, Егор Панченко. – Режим доступа: <http://www.academia.edu/764044/>.
4. Интернет-издание “Дорожный Контроль” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://roadcontrol.org.ua/>.
5. Интернет-СМИ: Теория и практика : учеб. пособ. для студ. вузов / под ред. М.М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
6. Найєм М. Хакери вийшли на зв'язок [Електронний ресурс] / М. Найєм. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2012/02/2/6948363/>.
7. Градюшко А. Печатные СМИ и социальные сети. Стратегии медийного взаимодействия [Электронный ресурс] / А. Градюшко. – Режим доступа: http://beldumka.belta.by/isfiles/000167_348928.pdf.
8. Поликарпова Е. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе [Электронный ресурс] / Е. Поликарпова // Библиотека Гумер. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gum/Polikarp/index.php.
9. Посол США в ООН: социальные сети меняют мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.voanews.com/russian/news/US-UN-Twitter-2011-02-11-115837364.html/>.
10. Почепцов Г. Від Facebook' у до Wikileaks: медіа комунікації / Г. Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – 464 с.
11. Хронологія подій закриття Ex.ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsn.ua/video/video-novini/hronologiya-podiy-zakrittya-ex-ua.html/>.
12. Ющенко и его жену освистали на Донбасс-Арене [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=Nt3GdYSsMss/>.
13. Януковича освистали на Олимпийском [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.youtube.com/watch?v=BwVxBS_CdTM/.
14. Януковича освистали на стадіоні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2011/10/8/6649137/>.
15. Alexa The Web Information Company [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.alexa.com/topsites/countries/UA>.
16. Ellison Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship [Electronic resource] / Nicole B. Ellison // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2007. – Vol. 13. – Issue 1. – P. 210–230. – Mode of access: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full>.

Стаття надійшла до редакції 26.05.2014.

Артамонова И.М. Интеграция социальных сетей и интернет-СМК: влияние на социализацию потребителей современных медиа

Интегральным результатом деятельности средств медиакommunikации как коммуникативной системы является создаваемое ими единое информационное пространство, которое возникает тогда, когда интегрированные новые медиа помогают членам общества коммуницировать, взаимодействовать друг с другом, чтобы на основании развития и усвоения духовного потенциала общества совместно и целенаправленно участвовать в разных видах общественной деятельности.

Ключевые слова: социальные сети, интернет-коммуникация, интернет-СМК, интеграция, взаимовлияние, взаимодействие, социализация.

Artamonova I. The integration of social networks and Internet mass-media: impact on the socialization of consumers of modern media

The study argues that information holds a key position in development prospects of mankind. That means that the informational sector becomes crucial in functioning of the most important spheres of our society. Historically, the appearance and development of the media was conditioned by the necessity of satisfying informational needs of the society at every stage of humanity development.

Therefore, a systematic analysis of media activities of UAnet is relevant. Social networks are actively coming to assist conventional and online media. But at the moment the practice of journalism

is far ahead of the theoretical study of the problem. Scientific studies of the interaction of media and social networks currently are at the initial stage. All the above mentioned stipulates the relevance of the chosen research topic.

The object of our study is how the new media communication is integrated into society and how the media and social networks interact. The subject is the interaction of the media and social networks. The main aim is to identify key strategies for integrating media and social networks.

The increasing role of information in our society leads to a conclusion that it is possible that network communication tools with the course of time will separate into a particular sphere of social life, within which informational activities are closely intertwined with spiritual production and social consciousness. Modern mass society today is the result of the media development, which can be regarded not only as an institution of dominant broadcasting values, but also as an independent force that is increasingly affecting consciousness of all social groups and forming person's world outlook. So, it is a participant socialization of individuals and generations.

In current reality the relationship in the morphology of the networks can be defined as media interaction. All kinds and types of mass media and social networks that are seeking mutually beneficial cooperation as equal participants of this process. In the united media communication there is the general audience and then there is more news coverage. When there is a quite large number of small and big media unions which contact each other, a single polycentric informational space of the country will be created.

Nowadays new information and communication technologies are implemented and tested in this area. Actually, after that a large number of them are starting to set new standards for mass informational process. This complementarity phenomenon is apparently a product of informational society, when the networks communication is gradually influencing the informational environment and is becoming a factor of the further development of modern society influence. Similar processes are occurring in the mass-media system.

So, we can say that the modern internet communication aims at increasing the communication capabilities of all the stakeholders, which take part in shared information process at the expense of the functionality of the extension of networks platform. At the present stage of development of online media in Ukraine there is a strong link between the informational web publishing and social media.

Key words: *social networks, online communication, online mass media, integration, interplay, interaction, socialization.*