

УДК 004.62

УХАНОВА Н.С., фахівець 1 категорії НДЦПІ НАПрН України

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ПОШИРЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ (НА ПРИКЛАДІ ТВИТТЕРА)**

*Анотація.* Досліджено специфіку та основні соціальні, культурні та психологічні наслідки розповсюдження твіттера<sup>1</sup> в сучасному суспільстві.

*Ключові слова:* інформаційно-комунікаційні технології, твіттер, розповсюдження сервісу, соціально-психологічні ефекти, наслідки.

*Аннотация.* Исследовано специфику и основные социальные, культурные и психологические последствия распространения твиттера в современном обществе.

*Ключевые слова:* информационно-коммуникационные технологии, твиттер, распространения сервиса, социально-психологические эффекты, последствия.

*Summary.* Specific features and basic social, cultural and psychological consequences of twitter expansion in modern society are discussed.

*Key words:* information & communication technologies, twitter, distribution of service, social & psychological effects, consequences.

**Актуальність теми** обумовлена наступними обставинами сучасного розвитку суспільства:

- ринок інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ) надає споживачам обсяг послуг, який постійно розширюється. У цьому процесі швидкість створення нових технологій може істотно відрізнятись від швидкості їх освоєння суспільством, в результаті чого запропоновані продукти використовуються або не повністю, або не за своїм призначенням, або навіть на шкоду самим експлуатантам технологій;

- за низкою причин економічного і культурного характеру суспільство зіткнулося з проблемою заповнення вільного часу, для вирішення якої продукти ІКТ виявилися дуже доречні, дозволяючи значно розширити інформаційне поле для організації та насичення дозвілля особистості. Багатоваріантність способів використання ІКТ фактично розмиває межу між дозвіллям і трудовою діяльністю;

- в умовах домінування ринкової пропозиції над попитом при вирішенні завдання збуту нових товарів використовується потужний арсенал засобів масової інформації, що чинить агресивний вплив на смаки і потреби суспільства. При цьому поряд із задоволенням нагальних потреб відбувається нав'язування потреб в значній мірі штучного характеру, які поступово вплітаються в інформаційну культуру особистості і формують контур позитивного зворотного зв'язку, коли нова технологія знаходить статус корисності у свідомості особистості тільки тому, що вона нова.

Науковцями, крім позитивних моментів впливу ІКТ на соціально-економічний розвиток (збільшення швидкості обробки даних), визначаються негативні тенденції:

- різке зростання впливу на суспільство інформаційних технологій завдяки засобів масової інформації можуть руйнувати приватне життя людей;

© Уханова Н.С., 2012

<sup>1</sup> Твіттер – від англ. дієслова to twitter, в прямому перекладі – щебетати, в переносному – базікати, далі в тексті – Тві.

- існує небезпека культурного розриву між “інформаційною елітою” (людьми, що професійно займаються розробкою і популяризацією інформаційних технологій) та рядовими споживачами;

- за допомогою засобів масової інформації можливе маніпулювання громадською думкою, створення необхідних психологічних передумов для формування політичних рішень у різних сферах діяльності.

**Метою статті** є аналіз соціально-психологічних наслідків використання твіттеру, порівняно нового продукту у сфері ІКТ, що одержує широке поширення у світі, особливо серед споживачів технологічно розвинених країн. Інтенсивне входження Тві в інформаційну культуру суспільства, починаючи з 2006 р., змушує звернути увагу на супроводжуючі цей процес негативні ефекти і наслідки, тим більше що, через новизну технології ці питання залишаються недостатньо вивченими в науковій літературі. Тому основною базою джерел дослідження були обрані спеціалізовані Інтернет-форуми, що об’єднують активних користувачів ІКТ. Вважаємо, що такий підхід в змозі забезпечити достатню широту думок щодо особистісної мотивації застосування Тві. Нижче Тві розглядається як інструмент, здатний вирішувати релевантні його природі завдання, які слід правильно визначити (не буває абстрактно поганого або хорошого інструменту: якість кожного з них оцінюється тільки в контексті його цільового призначення). І зворотно: у статті розглянуто ряд інформаційних, комунікаційних і психологічних потреб особистості з точки зору можливості їх задоволення за допомогою Тві.

У технологічному сенсі Тві – це сервіс мікроблогінгу<sup>2</sup> з можливістю комунікації між учасниками, гібрид інформаційного блогу з системою миттєвих розсилок ICQ. Він дозволяє користувачеві відправляти короткі повідомлення в свою стрічку новин, на яку інші люди можуть підписатися. Технологія така: як тільки хтось з тих, за ким ви стежите, публікує нове повідомлення, воно з’являється у вашій стрічці або клієнта роботи з Тві (тобто Тві працює за тим же принципом, що і соціальні Інтернет-мережі). Зареєструвавшись, можна залишати свої записи і коментувати записи так званих “фоловерів” (людей, на чиї блоги ви підписані, to follow – слідувати, англ.). Довжина повідомлення складає максимум 140 знаків (рахується все: літери, цифри, знаки пунктуації та пробіли). У Тві можна відповідати на публікації інших людей. При цьому ця відповідь буде видно всім, хто підписаний і на вас, і на людину, якій ви відповідаєте. Обмеження в 140 символів засноване на обмеженнях SMS-протоколу. У свою чергу це обмеження, на думку творців Тві, пов’язано з довжиною тексту в поштової листівці (розробники GSM SMS-формату, підрахувавши тексти листівок, з’ясували, що вони рідко перевищують 140 символів). Останнім часом набирає силу Google Buzz – основний конкурент Тві, що з’явився чотирма роками пізніше, у відносно менших масштабах набули поширення й інші різновиди мікроблогінгу (identi.ca, Tumblr та ін.)

Вважається, що у порівнянні з іншими інструментами ІКТ “у Тви два главных преимущества – скорость и глобальность (тут і нижче у всіх цитатах збережено семантику, граматику і синтаксис їх авторів. У Тви есть свой поиск по ключевым словам, позволяющий увидеть твиты (повідомлення в Тві – Авт.), написанные всего несколько секунд назад любым из пользователей Тви, независимо от того, подписаны вы на него или нет. Ни один поисковик в мире, будь то Гугл, Яндекс, или любой другой, не обеспечивает такой скорости. Если вас интересуют новости, связанные с Microsoft, вы просто набираете в поиске Тви “microsoft” и получаете страницу с твитами о Microsoft, обновляющуюся в режиме реального времени со скоростью десятки твитов в

<sup>2</sup> Блог – Інтернет-журнал подій, Інтернет-щоденник з можливістю публічної полеміки з його автором. Приставка “мікро-” характеризує формат блогу з укороченими повідомленнями.

минуту. Глобальність же Тви обусловлена тем, что этот сервис популярен во всём мире” [1]. Однак, на думку відомого аналітика в сфері ІКТ Р. Дмитрієва, атрибут глобальності в російськомовному сегменті Тві знаходиться під сумнівом.

Розглянемо основні аргументи прихильників Тві на користь подальшого ринкового розповсюдження сервісу. У першу чергу вважається, що жорстке обмеження кількості символів змушує викладати свої думки гранично лаконічно, що позитивним чином позначається на інформативності стрічки новин. З цією тезою важко посперечатися: такий режим – дійсно непогане тренування для журналістів, однак далеко не всім необхідно бути професіоналами швидкого пера, не всі й психологічно схильні до репортерської стилістики. Ситуація загрожує тоталітаризмом в плані нав’язування людині моделі мислення з боку окремих груп старожилів Тві. Цю думку добре ілюструє наступний пасаж: “Мысль, совет, подсказка, информация, вопрос и ответ. Здесь выражаются предельно четко и лаконично. Здесь учатся мыслить иначе. Твиттер побуждает перестроить мышление вообще. Очистить его от шелухи. Стиль непревзойденного Исаака Бабеля, помните? Краткие и ёмкие фразы. Без украшений. Новое время. Новые инструменты. Новые возможности и перспективы. Еще одно явление новой эпохи: резко возрос поток информации. Ее нужно уметь обработать быстро и эффективно. Не сойти с ума. Не словить передоз. Усвоить. Освоить. И, может быть, применить. Может здесь и сейчас. Может – завтра. Неважно. Избранное? Бросьте. Вы к нему не вернетесь. Сотни ссылок будут лежать мертвым грузом. 3 тысячелетие предполагает новую скорость мышления. И новый темп восприятия. Прочитать 2 десятка статей. Прослушать пару подкастов. Просмотреть десяток видео и 3 десятка фото. 2 статьи написать. Плюс пятток твитов. И – не отрываясь от текущей работы. Это может каждый, кто прошел закалку в Твиттере. Не надо себя принижать. Захотел. Начал действовать. Всё!” [3].

Категоричні інтонації при обґрунтуванні корисності Тві – не єдині. Іншими респондентами наголошується, що Тві може посприяти розвитку деяких корисних письменницьких здібностей, зокрема навичок редагування, вмінню виражатися лаконічно і збільшенню словникового запасу (маючи обмеження по довжині, природно робити пошук більш коротких слів і виразів). Обґрунтування стислості будується на принципі економії часу – і суб’єкта, який пише, і читача. При цьому, однак, забувається про тимчасові витрати на підбір фраз, синонімів та перебудову стилю мислення в цілому. Читач же більше втрачає час не на прочитанні тексту (буде в ньому 140 знаків або 560 – це не надто принципово!), а на його пошуку в загальному інформаційному масиві та на очікуванні коментарів, які надходять.

Є претензії і до інтерфейсу сервісу: “Тви похож на командную строку, для использования которой нужно знать строгий синтаксис, базовые команды и вообще писать как робот. Говорят “краткость – сестра таланта”, но в данном случае человек абсолютно лишается возможности хоть мало-мальски раскрыть свою мысль. В результате каждое сообщение похоже на обрывок фразы, случайно услышанный от проходящего мимо человека. Вроде смысл какой-то есть, но додумываешь его сам, так как не слышал, ни начала, ни конца всего монолога, что именно имел в виду человек не знаешь и вообще человека толком не знаешь, так как никогда ничего от него, кроме этих самых обрывков фраз, не слышал... вести в Тви свой блог – это, извините, извращение. Фразы приходится урезать в ущерб смыслу, приходится насыщать текст англоязычными хештегами (текстовими заміниками – *Авт.*) для краткости заменяя ими русские слова, вместо обращения по имени – ник (псевдонім – *Авт.*)... чтобы узнать, кто кому ответил и посмотреть дискуссию – высший пилотаж” [4]. Втім, Тві цілком може допомогти в задоволенні специфічних лінгвістичних потреб: “Мне Тви очень помогает в общении

по-англійськи и розвитку знання цього языка. Очень увлекают жаргонные сокращения англоязычной молодежи, и поиск их значений на сторонних ресурсах. Получается так, что если узнаешь, что обозначает то или иное буквосочетание, то не забудешь его уже никогда” [5]. Як то кажуть, на кожен товар – свій купець. Полемізувати тут безглуздо.

Основний аргумент на користь поширення ІКТ – це економія часу для одержання необхідної інформації. Однак етика мережевої комунікації може споживання часу, навпаки, збільшити. Економія часу у одних користувачів сервісу обертається втратами в інших. У цьому випадку інформаційний компонент сервісу потрапляє під вплив аспекту комунікаційного, котрий, власне, і виступає провідним у ринковому просуванні Тві.

Для цього маркетинговими службами ІКТ-компаній задіяний цілий арсенал засобів психологічного впливу. Так колабораційно (з особами, які просувають Тві) налаштованими користувачами найчастіше згадуються такі моменти: “в Тви масса людей, которые готовы донести до Вас информацию. Ваша задача – просто выбрать. Если очень хочется, можно создать поисковый запрос, сохранить его и наслаждаться. В Тви Вам не придется шарить по разным сайтам в поисках мнений, представляющих все стороны – Вы получите все, сразу и, зачастую, быстрее, чем другие. Тви – самый простой способ донести свои мысли до неограниченного количества читателей. Не надо заводить блог, не надо писать посты... Главное достоинство Тви – наличие сообщества мировых лидеров Интернета, активно общающимися между собой и своими “фолловерами” (обычно простыми смертными). Это общение достаточно прозрачно для наблюдения и дискуссии, хотя и требует определенных навыков. Для любителей читать чужие комментарии это очень полезно... Тви доступен для обычных людей, а не просто технически подкованных вундеркиндов... Тви приглянулся звездам политики, телевидения, кино и музыки. Когда кто-то из звезд публикует сообщение, вы можете вступить в разговор, спросить или поспорить. Где еще такое возможно? Тви стал отличным способом для запуска благотворительных мероприятий, получения самых свежих новостей и общения с друзьями, коллегами, знакомыми со всего мира. Общение упрощено и можно всегда сделать коротенькую запись с ссылкой и поясняющим текстом. Ну, что-то вроде “Советую посмотреть прикольные картинки: <http://лялятополя>”. В автономных блогах таких записей никто не делает. Автономный блог – это уже самостоятельный сайт, и оставлять такие “лытдыбровые” записи просто несолидно, особенно если блог сугубо тематический” [6].

Наведені вище думки свідчать про змішування декількох потреб користувачів та очікувань щодо способу їх задоволення. Першою слід виділити загальну комунікаційну потребу особистості та пов’язану з нею проблему нестачі цільової аудиторії для спілкування. Тут може бути як незадоволеність існуючими каналами в суто технічному сенсі: складно прямо зателефонувати президентові або іншій відомій людині, а через Тві, можливо, і відповідь... (зрозуміло, якщо ця особа – користувач Тві – в стані відповіді). Звичайно, шанс отримання зворотного зв’язку при такому способі комунікації вище, ніж при його повній відсутності, однак існують серйозні сумніви в тому, що відомі люди безпосередньо зацікавлені в повноцінному обоїльному зв’язку (минаючи прес-служби і фахівців з піару). Я тут не беру до уваги питання психології взаємодії “зірок” та їхніх шанувальників, але їхня вага в суспільній свідомості, на наш погляд, значно переоцінена. Тому Тві виявляється “нішевим” інструментом для відповідної цільової аудиторії, тим не менше доповнюючим засоби масової інформації в частині спрямованості на роздмухування інтересу до публічних осіб: так повідомленням в Тві нерідко бездоказово надається статус надійної інформації, що експлуатується в ЗМІ. З іншого боку, в попиті на використання Тві можуть бути присутні і більш глибокі психологічні мотиви: “Тви –

это когда хочется отправить СМС, а некому” [7], тобто особистості не вистачає співчутливої аудиторії і останню необхідно терміново відшукати.

Крім мінімізації часу для отримання інформації, аргументація на захист Тві базується і на принципі економії трудових і творчих зусиль у процесі формування комунікації. При цьому економія повинна забезпечуватися як за рахунок широти звернення, яка забезпечується Тві як ІКТ, так і радикального зниження “літературних” вимог до повідомлення. Комплекс неука добре ілюструють наступні коментарі користувачів: “Не всегда бывает время сесть и написать пост. Да и всякую фигню в блог постить не хочется. Зато вот в Тви можно кидать какие-то бредовещи, которыми хочешь поделиться, заинтересовавшие тебя статьи, и разные штуки. Так что Тви вполне полезная вещь” [8], “пользователи любят Тви... за самый простой способ поделиться с другими тем, что замучаешься надиктовывать голосом (це щодо 140 символів-то! – *Авт.*), ...ограничение ведет к тому, что микропосты оказываются написаны на относительно литературном языке – людям не “в лом” перечитать две строчки” [9], “у вас никогда не было дискомфорта от того, что вы изводите целый чистый лист бумаги ради нескольких слов? Если да, то вот вам ещё одна причина завести Тви” [10]. Ці висловлювання, на наш погляд, свідчать про виникнення стійкого зворотного зв’язку між характеристиками Тві як інструменту та його користувачами, при якій свідомість останніх опиняється в підпорядкованій ролі: прочитати повідомлення розміром більше двох рядків (навіть не те, щоб їх написати!) для сучасної людини стає вже скрутним.

Тут виникає питання, а яким саме людям такі особливості поведінки можуть бути притаманні? Феномен експансії електронного листування в останнє десятиріччя (у порівнянні з вживанням паперових носіїв інформації) у цієї соціальної страти викликає складнощі в раціональному користуванні папером. Для старшого і середнього покоління, які живуть на пострадянському просторі, ця проблема абсолютно незрозуміла: в радянській середній школі абсолютна більшість населення навіть у підлітковому віці справлялася з написанням творів на задану вчителем (тобто ззовні) тему протягом однієї-двох навчальних годин. Фобія незаповненого листа була відсутня в принципі, тому що один лист зошита якраз відповідав мінімальному обсягу твору (звичайно, якщо учень прагнув до вищесередньої оцінки). Так що страх роботи з паперовими носіями є наслідком еволюції (деградації) сучасної системи освіти і виникнути він може лише у її випускників. Тому проблема “видає” молодіжний вік її суб’єкта. Це підтверджується й іншими, стилістично типово молодіжними оцінками потенціалу Тві: “Твиттер используем как пейджер с массовой рассылкой. Собраться толпой в кино или ещё что-нибудь. Удобно... Плюс еще и в том, что напечатать пост можно прямо на ходу, при помощи мобильного телефона. Пришла, например, в голову, гениальная мысль, прямо в транспорте, по дороге с учебы или с работы. Ты её опубликовал, а вернувшись домой, уже можешь прочитать комментарии своих друзей...” [там же]. В обох повідомленнях акцентується прагнення до досягнення масовості у комунікації (прямо говориться про збирання натовпу) при відносній неважливості як приводу для неї, так і складу референтної групи: і геніальні думки, і запрошення в кіно адресуються всім бажаючим. Саме на особливостях сприйняття цієї вікової групи і будується реклама Тві. Поряд із використанням підліткової мотивації застосовується й імідж обраності технологічно просунутих осіб: “У мене є Твіттер” – це серйозно! Зовсім не те ж саме, як “я просиджую годинами в чатах”, “весь день торчу в асьці” або “у мене вже 150 чоловік в Контакті” [12]. Тут присутня маніпуляція свідомістю на рівні соціальних, точніше стадних стереотипів, перенос уваги на кількість контактів, якщо це шкодить їх якості.

Захисники Тві аргументують на користь сервісу і способом “від протилежного”: “В Тви все говорят о том, что ели на завтрак. Это одно из самых стойких заблуждений, которое доносится от людей, не знающих, как все обстоит на самом деле. Может быть, это наша вина как журналистов/блогеров, когда мы впервые попытались объяснить, в чем суть Тви (“короткие сообщения о том, что вы сейчас делаете”), что и выпустило этот слух в массы. Тви демонстрирует вам прекрасную модель того, чем заняты умы человеческие по всему миру. Задумайтесь, если бы все твиттерили о еде, вырос бы Тви до 300 млн. пользователей?” [13]. Цей риторичний прийом парюється тим, що, цільове використання Тві як інструменту одержання новин при всьому при цьому становить лише 4 %, тому в основному говорять все-таки “про їжу”: частка світської бесіди та обговорення – 79 %, самореклама і спам – 10 % (вивчався англomовний Тві станом на 2009 р.) [14]. Спростовуючи тезу про те, що користування соціальними мережами займає забагато часу, захисники вважають, що “я не трачу время на твиты. Я “твиттеру”, пока кого-нибудь жду, пока смотрю телевизор (це називається переглядом телепередачі? – *Авт.*) или когда мне нужен короткий перерыв во время работы. Тви, как и дыхание, не отнимает у меня времени (очікування інформації – це підсвідоме “твітеріння” і воно якраз триває довго – *Авт.*). Средний американец смотрит телевизор больше 4 часов каждый день. Как насчёт оторваться на полчаса от этого отупляющего занятия и пообщаться с интересными людьми?” [15]. “Работает Тви в режиме реального времени, каждое новое сообщение мгновенно появляется на “ленте”... стоишь ли в пробке, сидишь ли на заседании, лежишь ли на диване – читай, пиши, общайся” [там же]. При цьому захисниками не обґрунтовується, чому телепередача обов’язково отупляюча, а автори Тві повідомлень – апріорно цікаві, та наскільки авторитетні в планетарному масштабі звички середнього американця. Тобто обговорення корисності технології поступово переходить у площину нав’язування певної моделі поведінки людини, причому новий стереотип формується шляхом боротьби з попереднім стереотипом, зазвичай хибним, що створює видимість природності його появи. До того ж чомусь вважається, що на робочому засіданні, як і в “пробці” людині робити нічого, і цей час обов’язково має бути заповненим. Таким чином, Тві поступово перетворюється в простір для маргінального листування у мережі. При цьому теза про брак часу у користувача Тві входить в протиріччя з непереборною потребою заповнювати Інтернет-простір новими масивами інформації, а також з важким сприйняттям наявності вільного часу. Тому наступною психологічною проблемою сучасного споживача ІКТ є постійна незадоволеність, яка виникає внаслідок культивування інформаційного вампіризму. Незадоволеність при цьому виникає не через брак цільової аудиторії, а через виникнення залежності людини від процесу прискореного поглинання інформації (переробка тут присутня далеко не завжди) без зв’язку з безпосередніми інформаційними потребами особистості: “А ссылки есть, а поделиться хочется. И реакцию хочется услышать сразу, а не через час, а то и день, когда читатели прочитают это в автономном (в автономному режимі, наприклад у формі листа на електронну пошту – *авт.*)” [16]. Варіант сприйняття, обробки та формування неквапливого інформаційного потоку для людини стає неприйнятним, через що свідомість і підбирає зручні виправдання щодо радикальних вимог нібито якісно нової епохи (згадаємо позицію шанувальника творчості І. Бабеля).

В Тві поширені і “чисті” вуайеризм і ексгібіціонізм: “Никто всерьез не предполагает, надеюсь, что Эштон Катчер, Барак Обама (склад осіб у списку цитування має варіюватися – *Авт.*) заметит именно их. Но, Боже мой, как приятно наблюдать за вербализированным процессом чесания ноги и думать: “Ну какой же он идиот!” [18].

Звичайно, треба мати дуже специфічні потреби, щоб регулярно витратити час на спостереження за чужим життям або на публічну демонстрацію власного, але вже згадана проблема заповнення вільного часу багатьох людей штовхає до цього. Так відомий американський експерт Т. О'Рейлі пропонує поспостерігати за популярними користувачами сервісу три тижні, після чого, запевняє, що “ви будете поглинені їх ритмом” [17]. З даного питання відбулася ціла дискусія: “За даними маркетингової компанії Nielsen Online, навпаки, 60 % нових користувачів Тві “щебетання” швидко набридає. Нейропсихолог Д. Льюїс з Університету Сассексу стверджує, що Тві користуються невпевнені в собі люди. На думку М. Сандомирського, психотерапевта, який використовує Тві при постановці експериментів, Тві є “формою інформаційно-інтелектуальної наркоманії. Люди, які населяють Тві, в реальному житті відчувають дефіцит довірливого спілкування, тому намагаються заповнити цю прогалину в он-лайн... мотиви використання Тві для більшості людей такі: бажання отримати загальне визнання, прагнення бути поміченим масами; спроба самовираження, самоствердження і бажання підкреслити свою оригінальність” [22]. Однак поруч з цим “Тви вызываает привязанность, переходящую в твиттероманию как крайнюю стадию твиттерозависимости. Проявляется в графоманстве, иногда в захламлении чужих лент своими бесконечными и не всегда интересными и полезными комментариями, в острых “ломках”, когда Тви “лежит”: сервис отключается под огромным наплывом посетителей. Обычно это происходит в середине рабочего дня по времени США” [23]. Виходячи з цих фактів, виникають і дуже жорсткі оцінки сервісу: “Тви является рассадником случайной и, как правило, бесполезной информации, которая отвлекает и подталкивает к импульсивному поведению” [24].

Таким чином, функціонал Тві в значній мірі компенсується технологіями SMS і ICQ, за винятком атрибуту масовості розсилок. А в свою чергу масовість розсилок за відсутності чіткого розуміння мети цього кроку (далеко не всім життєво необхідні відгуки тисячі респондентів) перетворюється на опис поточного стану свідомості (в кращому випадку) і літопис власного побутової поведінки (у гіршому). Так, “The Wall Street Journal” відзначає, що соціально-мережеві послуги, подібні Тві, викликають змішані почуття у технологічно підкованих людей, які були ранніми їх адептами. Але деякі користувачі починають відчувати себе “занадто зв’язаними”, отримують величезні рахунки за мобільний телефон і вважають зайвим, що потрібно обов’язково сказати знайомим, що у них на вечерю. Для багатьох людей ідея опису діяльності в таких подробицях абсурдна” [28].

Вивчаючи наслідки використання Тві для фізіології функціонування мозку, “британські вчені заявили, що використання сервісу мікроблогів Тві і перегляд відео на YouTube послаблюють вміння запам’ятовувати і переробляти інформацію. Доктор Т. Алоуей з університету Стірлінга в Шотландії займалася дослідженням робочої пам’яті людини. На її думку, в Тві відбувається отримання нескінченного потоку стислої інформації, яку не потрібно переробляти. У зв’язку з цим концентрація уваги знижується, і робота мозку сповільнюється [31]. Цікаву думку щодо функції Тві як “протеза” реального спілкування повідомляє нейробіолог Університету Оксфорда С. Грінфілд: “маленькі діти потребують постійного підтвердження факту їх існування”. Мій страх полягає в тому, що технології соціальних мереж трансформують мозок користувача на стадію маленьких дітей, котрих приваблюють шум і яскраві вогні, які не можуть довгий час концентруватися на одному і тому ж і живуть теперішньою миттю. Комп’ютерні ігри, чати і соціальні мережі можуть перетворити наших дітей в покоління з розсіяною увагою... вчителі відзначають у своїх учнів різке зниження спроможності

розуміти один одного. Вона також згадала, що людям з аутизмом, як правило, складно спілкуватися, але дуже зручно користуватися комп'ютером” [32].

Для розуміння ситуації важливо звернути увагу на історичні обставини процесу поширення ІКТ. Так, на думку Д. Чистова “Тви починався и развивается как сервис для “тиков” – Интернет-маньяков, которые не расстаются с Интернетом ни дома, ни на улице, ни в очереди в кассу супермаркета. С другой стороны, кроме “тиков” Тви используют те, кому необходим мощный инструмент public relations – знаменитости и политики. Но основная масса пользователей – это простые читатели, которые почти ничего не пишут. В такой ситуации вполне логично, что сообщения наиболее активных пользователей расходятся огромным количеством ретвитов: “тики” цитируют “тиков”, рядовые пользователи цитируют политиков и звезд” [33]. Як повідомляє газета The Daily Telegraph, “близько половини всіх “твітів” генерують тільки 20 тисяч користувачів (серед зареєстрованих понад 200 млн. чол. по всьому світу – *Авт.*). Дослідники з Yahoo в період з 28.07.2009 р. по 8.03.2010 р. вивчили 260 млн. “твітів”, а потім визначили авторів тих чи інших повідомлень. У результаті з'ясувалося, що близько 50 % всіх записів зробили 20 тисяч користувачів. Серед цієї “елітної” групи – знаменитості, представники ЗМІ та блог-стрічок різних компаній. А найбільшу кількість інформації в Тві генерується в блогах різних ЗМІ” [34]. Таким чином, стратифікація в Тві дуже значна. З одного боку це активні користувачі Інтернетом через мобільні телефони. На думку Р. Дмитрієва, “в России костяк этой группы на Тви состоит из людей, работа которых состоит в написании обзоров различных технических новинок. Им приходится много ездить по выставкам, много тестировать и тут же писать отзывы на устройство. Далее – спамеры: воспользовавшись тем, что все ссылки с Тви заменяются сокращением ссылок, когда пользователь не знает, на какой сайт ведет ссылка, нехорошие люди начали активно пользоваться Тви как средством распространения вирусов и нежелательных сообщений”. В распространении Тви также заинтересованы пиарщики брендов и менеджеры рекламных агентств: “подхватив моду с запада, российские компании начали предлагать своим клиентам различные услуги по продвижению в Тви. Единственной метрикой качества, доступной для рекламодателя, является число переходов по ссылке. Это оказалось и просто, и удобно” [35].

Для репрезентативності наведу відгук “тіка” про призначення Тві: “Навпаки, в Тві (принаймні, у мене) більшість тих, хто не належить до групи “не асирил”. Просто в Тві ми відпочиваємо – ділимося посиланнями, новинами з життя, трохи розмовляємо. Це не зовсім блогінг, це скоріше інтелігентний чат або конференція яка не припиняється. Тим більше, що коли пишеш в аську, джаббер чи смску відправляєш, треба чітко собі уявляти – що ти хочеш спілкуватися з саме цією людиною. А в Тві просто ділишся, а якщо комусь цікаво – заводиться розмова, або не заводиться. Така собі неспішна конференція” [36]. На протилежному полюсі ставлення до розвитку Тві розташувалася остання група – обивателі: “После того, как в Тви пришли бренды и кумиры, то за ними подтянулись обыватели. И оказалось, что у среднестатистического человека в жизни ничего интересного не происходит, о чем он мог бы часто делиться со всеми. Либо это поездка на отдых, в результате которой появляется набор фотографий для загрузки в фотохостинг, либо разговор с соседом Петей о непонятных и ненужных вещах. Написать большой и связный рассказ могут немногие. Когда это стало очевидным, в российском Интернете предприняли попытки скопировать успех Тви, но безрезультатно” [37]. На нашу думку, пояснення тут криється у домінуючому культурно-поведінковому зразку, а саме у погляді на публічність та зміст комунікації: у долі будь-якої людини можна відшукати цікаве, але чи слід це виносити на загальний огляд, чи краще віддати перевагу трансляції інформації

конкретним адресатам – ось у чому питання! Відмінності між американським та слов'янськими менталітетами тут особливо різючі.

Слушна **оцінка** щодо **перспектив Тві на пострадянському просторі** дається А. Востровим: “в більшості випадків їм користуються не тому що це востребовано, зручно або необхідно, а тому що це модно. Русскоязычний Тви являє собою яскравий приклад сліпого підрадянської західній культурі без розуміння суті. Лише небагато використовують Тви цим способом, під який він, власне, і “заточен”<sup>3</sup>: повідомити друзям, де знаходишся і чим займаєшся; дізнатися про них те ж саме”. У нас жентони більшості тви-акаунтів в кращому випадку представляють із себе монологи. А такої функціонал востребован небагатьма” [44]. На думку К. Діксона: “Безумовно, ретвити та коментарі – це спочатку слабкі зв'язки, але часто саме з них починаються справжні обговорення, дружба і ділові відносини. Як і більшість взаємин, вони не стають значимими до тих пір, поки не вийшли за межі соціальних медіа – спочатку обмін СМС-ками, потім телефонний дзвінок і нарешті, зустріч наживо. Чим далі відносини йдуть від Тві, тим більше зростає їх значення. Реальний світ дає цінність відносинам – це саме те, що часто не можуть помітити й зрозуміти фанати соціальних мереж, які б'ються під прапорами сучасних технологій. Тві і Фейсбук вводять в оману навіть вельми не дурних людей так, що вони вважають, що можуть завести важливі взаємини за допомогою всього 140 символів. І точно так само помиляються мільйони людей, які висловлюють свою думку за допомогою нескінченних безглузких цифрових жестів підтримки замість того, щоб просто вийти на вулицю або виписати чек. З іншого боку, соціальні медіа дозволяють студенту з Техасу дізнатися про те, що в Молдові проходять протести. Навряд чи він знає, де знаходиться ця країна, і ще менш ймовірно, що він би почув про цю подію, якби не Тві” [38].

Не розбираючи таланти техаського студентства, тут ми стикаємося з **особливою областю використання Тві – зі сферою політики**, що обумовлено механізмом функціонування сервісу. А саме з можливістю чіткої локалізації думок і намірів особистості в певний момент часу і, відповідно, організації тотального контролю над нею: “Так, зараз подивимося на Тви, чим ти займаєшся в даний момент... ага, значить в цей момент ти безпечний для держави” [39]. Силові структури Російської Федерації, які мають профільні підрозділи по роботі в Інтернеті, за останні роки кілька разів заявляли, який підхід вони вважають правильним. Цей підхід можна назвати “тотальною реєстрацією користувачів” – щоб знати, кому пред'являти звинувачення в екстремізмі: реєстрація з внесенням паспортних даних користувачів Інтернету, реєстрація власників стільникових номерів і телефонів. Зазначимо, що і в поліцейській практиці Німеччини і Франції відсутність у підозрюваного мобільного телефону інколи трактується як намір сховатися від стеження [40].

Іншим напрямком політичного застосування Тві є організація так званих Тві-революцій. Приклади визвольних рухів в останні десятиріччя показують, що вони були не тільки результатом дії ієрархічних організацій, але і наслідком оперативного поширення інформації через ЗМІ (автобуси з активістами завжди супроводжувалися журналістами). Більше того, в сучасному світі нормативність, створювана соціальними мережами, може бути більш сильнішою, ніж думка та згуртованість невеликих груп. У подібних структурах самі по собі соціальні мережі не приймають рішень, але вони підключаються до великих політичних організацій або рухів і працюють на їх посилення. [41]. У зв'язку з цим Державний департамент США опрацював специфічний

<sup>3</sup> Дивно, що завдання задоволення цієї потреби виявилось достатнім стимулом для розробки нової технології, а також те, що традиційні способи зв'язку були оцінені як недостатні.

напрямок політичного неоконсерватизму – так званий “кібер-консерватизм”, який робить ставку на соціальні мережі як спосіб розповсюдження нібито демократичних цінностей і повалення неугодних режимів (Молдова, Туніс, Єгипет, Лівія, Сирія), а в прославленні соціальних мереж відзначилися майже всі провідні західні ЗМІ. “Особливою ситуацією є використання Тві в “бойовій обстановці... дозволяє швидко слати повідомлення з одного телефону мільйонам людей в усьому світі, а крім того, спецслужбам важко боротися з поширенням Тві – повідомлень” [42]. Зокрема в результаті використання підбурювальних розсилок по Тві в Молдові вдалося вивести на вулиці до 15 тис. осіб. Увагу Тві приділяють й сучасні російські політологи: наприклад, на думку О. Дугіна “эта модель миметического оружия будет запущена против любого режима, точно так же, как сетевые войны действуют как против врагов, так и против друзей. Мы вступаем в общество, которое хочет постоянно подстраивать под себя существующую политическую систему – не раз в какой-то срок, не путём репрезентативной демократии, а быстрее. Назревает глобальная смена скорости или глубины демократии. Сегодня хаос идет вместе с модернизацией. Модернизация – другое название хаотизации. Человек, который включается в процесс, сразу же приобретает средства мобильной связи, в которых заложены сервисы революции” [43]. Чим не ідея В. Леніна щодо масової газети як інструменту політичного впливу на оновленій технологічній базі? Тим більше – з прив’язаною до Тві частиною населення, референтна група якої може сама бути “в темну” використана політичними силами (звернемо увагу на свідоме змішання смислів модернізації та хаотизації).

### **Висновки.**

Беручи до уваги сукупність технологічних та соціальних аспектів сервісу, вважаємо, що експансія Тві є більш-менш обґрунтованою лише в обмеженому числі випадків, зокрема його використання доцільне для контактів з суб’єктами:

- глобалізованими у світовому просторі, тобто коли зустрінитися особисто або зателефонувати виявляється набагато дорожче економічно або ускладнено фізично;
- “віртуалами”, тобто прихильниками технічно-опосередкованого способу комунікації, які фактично “живуть” в Інтернеті та мають схильність до регулярного використання Тві в режимі “реального часу”;
- тими, хто віддає перевагу поверхневому (як в емоційному, так і інформаційному аспектах) рівню контакту та зниженим вимогам до якості змісту тексту та його стилістики;
- тими, хто орієнтований на тотальність комунікаційного процесу та взаємодії з максимально широкою аудиторією і допускає себе в ролі, як суб’єкта, так і об’єкта контролю в мережевих структурах.

В результаті активного використання Тві відбувається штучна екстравертизація особистості, яка супроводжується різким збільшенням інформаційного шуму в її сприйнятті. **Закріплюється новий “нештатний” режим функціонування психіки, в результаті чого знижується здатність людини до технічно неопосередкованої комунікації, концентрації уваги та мислення в цілому. Відбувається змішування психологічного та інформаційного компонентів при формуванні систем мотивації та потреб, причому процес отримання інформації набуває характеру наркотичної залежності.** І це – в результаті прагнення до економії за допомогою Тві інтелектуальних, емоційних і матеріальних ресурсів для комунікації. Для повноцінної взаємодії на психологічному рівні Тві, безумовно, недостатній (хоча в ряді ситуацій він може бути дуже корисним – наприклад, на початковій стадії встановлення контактів, а вже від самої особистості залежить те, як цими контактами розпорядитися). Набагато більш значущу загрозу для соціуму несе розширення використання Тві в сферах з

**навпаки, першочергово зниженим особистісним фактором.** У зв'язку з цим Тві стає особливо значущим в політичному аспекті – як інструмент безпосередньої організації акцій в сучасних квазідемократичних системах, і, що особливо важливо – як **засіб формування відповідного людського матеріалу для них – зі зниженим рівнем критичності, внутрішньо залежного від думки авторитетів та податливого для технологій зовнішнього маніпулювання.**

Вважаємо, що головним для подолання ситуації, яка склалася, є усвідомлення хибності сучасних тенденцій розвитку суспільства у культурному аспекті. Протистояння процесу розвитку ІКТ в правовому аспекті є безглуздом, але варто чинити опір сумнівним практикам застосування цих технологій. Для цього може бути слушною пропаганда цінності технічно-неопосередкованих способів спілкування, штучності масового розповсюдження культурних стереотипів Інтернет-маніяків та хибності сучасних політичних практик в цілому. Власне кажучи, мова йде про **блокування тенденції перетворення суспільства на масу носіїв підліткового світосприйняття** (типаж останніх підтримується як ЗМІ, так і виробниками ІКТ в маркетингових цілях). Першим кроком на цьому шляху є організація контр-кампанії з висвітлення курйозних та культурно-неадекватних прикладів використання ІКТ та Тві зокрема. Цим можна вплинути на решту верств дорослішого населення, зазвичай більш критичного до реформування моделі поведінки. У такій атмосфері Тві поступово залишиться інструментом лише тих осіб, кому він конче необхідний в професійній практиці, а для молоді в цілому стане не більш, ніж тимчасовою розвагою до появи у неї більш нагальних життєвих потреб. Бажано обмежити використання Тві в політичній практиці. Нічого надзвичайного в публічній реєстрації власних інформаційних каналів для дорослої людини немає: це вже давно практикується починаючи від обслуговування стаціонарного телефону до банківської картки.

Напередодні важливої події – виборів у Верховну Раду України – принципово важливою стає цілеспрямована і системна робота, особливо з молодими людьми в Інтернеті, який дуже популярний серед юнацтва, ефективно сприяє політичній свідомості молоді. Ряд громадських організацій і політичних партій організували підготовку молодіжних Інтернет-комісарів для роботи в соціальних мережах та інформування про діяльність своїх політичних сил. Вони добиваються, щоб інформаційні хвилі в Інтернеті розходилися як можна ширше і сприяли участі молоді в обговоренні актуальних проблем на форумах. Разом з тим Тві допомагають, особливо молоді, у навчанні і працевлаштуванні, утвердженні гуманних, колективістських взаємин між людьми, оволодінні навиками управління державними справами.

З іншого боку, завдяки “світової павутини”, впливового інформаційного навідника, відбулись так звані “кольорові революції”. Тві впливають на протестні дії, які набувають все більш заорганізованого характеру. Як і в цілому Інтернет, Тві виконує визначене соціальне замовлення, служить засобом нав'язування користувачам конкретних світоглядних, культурних, політичних та ін. уяв, маніпулює суспільною свідомістю.

Інтернет суспільство поступово перетворюється у глобалізовану касту, із усередненою свідомістю, специфічною мовою, обмеженої рамками Тві світосприйманням. Він маргіналізує, примітивізує, відучує від властивих індивідууму комунікативних якостей в спілкуванні із собі подібними Homo sapiens. Він створює навколо людини віртуальний, штучний світ, в перспективі може ускладнити йому життя в буденному, реальному світі. Відвернення людини від книги, театру, художніх цінностей позбавляє її багатьох притаманних якостей, робить легкокерованим роботом, із набором потрібних будь-кому характеристик, сповна може слугувати визначеним правлячим угрупованням з метою досягнення вузьких корпоративних інтересів. Не випадково навіть термінологія Інтернет

суспільства по суті глобалізована, інтернаціональна, стирає індивідуальні, національні, культурні та ін. відмінності, перетворює його адептів в ТОВ (натовп).

### Використана література

1. – Режим доступу : [//www.news.softodrom.ru/ap/b6545.shtml](http://www.news.softodrom.ru/ap/b6545.shtml)
2. – Режим доступу : [//www.politonline.ru/ventilyator/4980.html](http://www.politonline.ru/ventilyator/4980.html)
3. – Режим доступу : [//www.uatwitter.livejournal.com/2959.html](http://www.uatwitter.livejournal.com/2959.html)
4. – Режим доступу : [//www.falkeyn.ya.ru/replies.xml?item\\_no=1681](http://www.falkeyn.ya.ru/replies.xml?item_no=1681)
5. – Режим доступу : [//www.wildo.ru/copywriting/kak-twitter-uluchshaet-vashe-umenie-pisat](http://www.wildo.ru/copywriting/kak-twitter-uluchshaet-vashe-umenie-pisat)
6. – Режим доступу : [//www.twitterian.info/p/twitter.html](http://www.twitterian.info/p/twitter.html)
7. – Режим доступу : [//www.rutvit.ru/spoofi/tvit/1314932642](http://www.rutvit.ru/spoofi/tvit/1314932642)
8. – Режим доступу : [//www.sly2m.livejournal.com/278736.html](http://www.sly2m.livejournal.com/278736.html)
9. – Режим доступу : [//www.twitter.tabaru.ru/blog/31663\\_Zachem\\_nuzhen\\_Twitter.html](http://www.twitter.tabaru.ru/blog/31663_Zachem_nuzhen_Twitter.html)
10. – Режим доступу : [//www.exler.ru/blog/item/8778/](http://www.exler.ru/blog/item/8778/)
11. – Режим доступу : [//www.twitter.tabaru.ru/blog/31663\\_Zachem\\_nuzhen\\_Twitter.html](http://www.twitter.tabaru.ru/blog/31663_Zachem_nuzhen_Twitter.html)
12. – Режим доступу : [//www.okinternet.ua/article/Twitter-sotovarischi.html](http://www.okinternet.ua/article/Twitter-sotovarischi.html)
13. – Режим доступу : [//www.liveinternet.ru/users/twitter\\_ru](http://www.liveinternet.ru/users/twitter_ru)
14. – Режим доступу : [//www.ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B2%D0%B8%D1](http://www.ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B2%D0%B8%D1)
15. – Режим доступу : [//www.imho.aspu.ru/?p=3835](http://www.imho.aspu.ru/?p=3835)
16. – Режим доступу : [//www.alex-krivoy.com/?p=217](http://www.alex-krivoy.com/?p=217)
17. – Режим доступу : [//www.internetua.com/vuaerizm-i-eksbicionizm-v-Twitter](http://www.internetua.com/vuaerizm-i-eksbicionizm-v-Twitter)
18. – Режим доступу : [//www.twitter.tabaru.ru/blog/31663\\_Zachem\\_nuzhen\\_Twitter.html](http://www.twitter.tabaru.ru/blog/31663_Zachem_nuzhen_Twitter.html)
19. – Режим доступу : [//www.twitter.com/IamHenryVIII](http://www.twitter.com/IamHenryVIII)
20. – Режим доступу : [//www.rutwitter.com/pisat-v-tvitter-na-svadbe](http://www.rutwitter.com/pisat-v-tvitter-na-svadbe)
21. – Режим доступу : [//www.panchul.livejournal.com/101493.html](http://www.panchul.livejournal.com/101493.html)
22. – Режим доступу : [//www.max1net.com/zachem-nuzhen-tvitter-i-est-li-za-nim-budushhee](http://www.max1net.com/zachem-nuzhen-tvitter-i-est-li-za-nim-budushhee)
23. – Режим доступу : [//www.rusdoc.ru/articles/16818](http://www.rusdoc.ru/articles/16818)
24. – Режим доступу : [//www.diggreader.ru/2010/04/26/sotsialnyie-smi-divnyiy-novyiy-mir](http://www.diggreader.ru/2010/04/26/sotsialnyie-smi-divnyiy-novyiy-mir)
25. – Режим доступу : [//www.smorodina.net/archives/15](http://www.smorodina.net/archives/15)
26. – Режим доступу : [//www.sly2m.livejournal.com/278736.html](http://www.sly2m.livejournal.com/278736.html)
27. – Режим доступу : [//www.skopych.kiev.ua/2011/03/26/socialnye-seti-i-rassuditelnost-v-cifrovom-mire-dzhon-mak-artur](http://www.skopych.kiev.ua/2011/03/26/socialnye-seti-i-rassuditelnost-v-cifrovom-mire-dzhon-mak-artur)
28. – Режим доступу : [//www.ru.wikipedia.org/wiki/%D2%E2%E8F2F2E5F0](http://www.ru.wikipedia.org/wiki/%D2%E2%E8F2F2E5F0)
29. – Режим доступу : [//www.epochtimes.ru/content/view/46040/7](http://www.epochtimes.ru/content/view/46040/7)
30. – Режим доступу : [//www.devaka.ru/articles/why-people-use-twitter](http://www.devaka.ru/articles/why-people-use-twitter)
31. – Режим доступу : [//www.webplanet.ru/news/research/2009/09/08/fcbk\\_vs\\_twtr.html](http://www.webplanet.ru/news/research/2009/09/08/fcbk_vs_twtr.html)
32. – Режим доступу : [//www.sociofan.ru/2009/02/socialnye-seti-negativno-vliayut-na-detskij-mozg](http://www.sociofan.ru/2009/02/socialnye-seti-negativno-vliayut-na-detskij-mozg)
33. – Режим доступу : [//www.delo.ua/tech/jadro-polzovatelej-twitter-sos-154915](http://www.delo.ua/tech/jadro-polzovatelej-twitter-sos-154915)
34. – Режим доступу : [//www.publicity.kiev.ua/catalog/Kritika/Elitniy\\_otryad\\_pravit\\_bal\\_v\\_Twitter.html](http://www.publicity.kiev.ua/catalog/Kritika/Elitniy_otryad_pravit_bal_v_Twitter.html)
35. – Режим доступу : [//www.politonline.ru/ventilyator/4980.html](http://www.politonline.ru/ventilyator/4980.html)
36. – Режим доступу : [//www.smorodina.net/archives/15](http://www.smorodina.net/archives/15)
37. – Режим доступу : [//www.politonline.ru/ventilyator/4980.html](http://www.politonline.ru/ventilyator/4980.html)
38. – Режим доступу : [//www.mobilnik.oboz.ua/articles/615.html](http://www.mobilnik.oboz.ua/articles/615.html)
39. – Режим доступу : [//www.blogfront.ru/zachem-nuzhen-twitter](http://www.blogfront.ru/zachem-nuzhen-twitter)
40. – Режим доступу : [//www.webplanet.ru/news/life/2009/04/17/mobile\\_eu.html](http://www.webplanet.ru/news/life/2009/04/17/mobile_eu.html)
41. – Режим доступу : [//www.telekritika.ua/daidzhest/2011-02-25/60624](http://www.telekritika.ua/daidzhest/2011-02-25/60624)
42. – Режим доступу : [//www.rusmir.in.ua/pol/1132-twitter-oruzhie-massovogo-unichtozheniya.html](http://www.rusmir.in.ua/pol/1132-twitter-oruzhie-massovogo-unichtozheniya.html)
43. – Режим доступу : [//www.evrazia.info/modules.php?name=News&file=article&sid=4480](http://www.evrazia.info/modules.php?name=News&file=article&sid=4480)
44. – Режим доступу : [//www.seoded.ru/istoriya/internet-history/twitter.html](http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/twitter.html)

~~~~~ \* \* \* ~~~~~