
ЗМК У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ

УДК 007:304:316

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2022.4(52).19

Т. С. Леонтєва

кандидат наук із соціальних комунікацій
асистент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
e-mail: leontievatiana@ukr.net, ORCID: 0000-0002-7240-0260
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, м. Київ, Україна, 04119

КОМУНІКАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ВТОРИННОЇ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖИ МАЛИХ СОЦІАЛЬНИХ ГРУП (НА ПРИКЛАДІ РОДИН З ПРИЙОМНИМИ ДІТЬМИ)

Мета дослідження. Мета статті – типізувати підходи сімейних опікунів щодо своєї нової комунікаційної потреби в підтримці прийомних дітей, яка виникає, коли сім'я починає функціонувати як мала соціальна група в новітньому сімейному піклуванні, для узагальнення тих масовокомунікаційних прийомів, які застосовують у практиці локального аудиторного соціуму.

Методологія дослідження. Методологічну основу статті становлять загальнонаукові методи: синергетичний підхід використано для визначення ролі й місця вторинних соціальних мереж у комунікації малих соціальних мереж; аналітико-синтетичний метод – для опрацювання наукової джерельної бази дослідження; аналітичний метод – для розкриття особливостей представлення контентів малих соціальних груп.

Результати. У статті визначено, якою сімейні опікуни бачать свою комунікаційну місію, як комунікаційна система родини змінюється у зв'язку з тим, що сім'я почала функціонувати в новітньому сімейному спілкуванні та які зміни можуть статись у комунікаційній сімейній мережі за час її існування в новітньому стані. Таким чином, центральні дослідницькі питання в статті такі: 1) як сімейні опікуни відчують свою поточну комунікаційну функцію; 2) як змінюється комунікаційна функція опікунів у результаті сімейного піклування; 3) яку комунікаційну підтримку мережа спілкування пропонує опікунам сім'ї і чого не вистачає?

У результаті дослідження з'ясовано, що вторинна соціальна мережа потребує підтримки всіх її учасників у вигляді комплексного способу передачі такого контенту, який у первинний латентний період новітнього складу мережі буде мінімально девіантним та максимально зрозумілим усім учасникам. Вторинна соціальна мережа має бути гнучкою та формуватися відповідно до унікальності кожного учасника мережі з урахуванням його індивідуальних потреб. Формальна та неформальна підтримка нових учасників мережі, які стали цими учасниками попри власну волю, повинні доповнювати одна одну через встановлення певного контентного порогу. Цей контентний поріг має бути емоційно та інформаційно низьким, щоби кожен учасник вторинної соціальної мережі міг вносити зміни щоразу, коли змінюється соціальна ситуація в групі.

Новизна. Новизна нашого дослідницького інтересу до вивчення комунікаційних особливостей малих соціальних груп на прикладі спілкування в межах сімей з прийомними дітьми ґрунтується на декількох аргументах. По-перше, у попередніх дослідженнях проаналізовано низку особливостей загальнокомунікаційних інтересів дитячої та молодіжної аудиторії; при цьому основний наголос зроблено на соціальнокомунікаційних характеристиках цих інтересів (конвергентні особливості дитячих медіа, соціальні мережі як платформи зацікавлень з боку дитячої та молодіжної аудиторії, проблеми медіаосвіти тощо). Але при цьому поза увагою залишались персонально комунікаційні інтереси дітей та молоді, що, на думку української дослідниці Г. Пирог, робить будь-яке дослідження обмеженим та недостатньо обґрунтованим [8]. По-друге, в українському сегменті соціальних комунікацій ця проблема не вивчена взагалі. Дослідження того, що являє собою сімейне спілкування, обмежується психологічними або педа-

гогічними рамками і вкрай рідко проводиться в контексті соціальних комунікацій, що звужує базисну площину таких наукових розвідок.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані викладачами та практиками в галузі масової комунікації. Стаття також буде корисною для роботи зі студентами галузі «журналістика».

Ключові слова: авторство, вторинність, девіантність, контент, персоналізація, родина, соціальна мережа.

I. Вступ

Обмін повідомленнями, інформування розвиваються в процесі спілкування між людьми під час їхньої взаємодії та функціонування комунікації. Тому й вважатимемо, що комунікація є фундаментальною базою будь-якого суспільного розвитку. Попри це, багато комунікативних подій у, здавалось, повсякденному житті з різних причин не дають поштовху до розвитку конкретної особистості в позитивному напрямку. Щонайближче це стосується оточення: сім'ї, родичів та друзів, дошкільних закладів, школи та однолітків – отже, йдеться про таких учасників комунікативного процесу, можливості яких розкриваються й розвиток яких відбувається через власне комунікування та збагачення один одного різними способами одержання інформації. Маємо на увазі малі комунікаційні групи. Щоби діти та молоді люди без особливих складнощів у спілкуванні могли вдосконалювати свої комунікативні навички, їхні тезауруси знань повинні постійно розвиватись.

Звернемо увагу на групу дітей, які з тих чи інших соціальних причин не можуть залишитися у своїй родині. Поширеними причинами, чому батьки не можуть піклуватися про своїх дітей, є проблеми зловживання алкоголем, наркотичними чи психоактивними речовинами, психологічні та інші проблеми [5]. Коли дитина з якихось причин не може залишатися вдома, вона повинна в першу чергу бути переведена або в дитинець, або в сім'ю, на так звану сімейну опіку. Незважаючи на те, що – відповідно до чинного законодавства – перевага віддається сімейному догляду, це не завжди успішно, частково через те, що кількість сімей опікунів недостатня. Завдання сімейних опікунів – піклуватися про знедолених дітей.

Звісно, що розміщені в таких родинах діти часто несуть із собою травми минулого, а це робить роль сімейного опікуна в питаннях комунікації з прийомною дитиною надзвичайно вимогливою. Усередині сім'ї також важливим є дотримання певних сімейних традицій та робочих аспектів задіявання дитини до внутрішньої сімейної комунікації. Суть цієї комунікаційної роботи – насамперед подарувати дитині безпечне сімейне життя та відчуття піклування про неї. Зобов'язання ці потребують багато часу та відповідальності.

Сім'я та виховання дітей – це те, що більшість людей сприймає як приватний феномен [6]. Однак у випадку сімейного догляду за «чужою» дитиною будь-які кроки з боку дорослих мають бути відкритими, щирими, а будь-які комунікаційні дії повинні стати елементами тісної співпраці з усіма членами родини. Звісно, що комунікація такого ґатунку є елементом співпраці між усіма учасниками комунікаційного процесу та має займати чільне місце у процесі взаємного спілкування. Тому сімейні опікуни повинні підтримувати тісний інформаційний контакт із дитиною, спілкування якої з членами ось цієї малої родинної соціальної групи з кожним місяцем дорослішання буде виходити як за рамки комунікації тільки з членами сім'ї, так і за межі родини взагалі. Українська дослідниця С. Воеводіна вважає, що зміна комунікаційного простору «все більше руйнує кордони між культурами та створює умови для формування нового типу культурної цілісності» [10, с. 55]. Це означає, що і сім'я повинна «відкрити свої кордони», тобто по-новому розширити власну комунікаційну практику.

Якщо в сім'ї є ще й власні (біологічні) діти, можна очікувати, що вони теж будуть добре ставитися до прийомної дитини. А тому стати прийомною сім'єю означає, окрім іншого, відкрити свої кордони для нового ступеня і нового рівня комунікації. Змінам підлягають рівні внутрішньородинної комунікації; нуклеарна сім'я змінюється, сталі відносини порушуються. Сім'ї потрібно звільнити місце для нових комунікаційних стосунків – перш за все з прийомною дитиною, яка перебуває з ними, з біологічними родичами дитини (якщо вони є), із соціальними працівниками та іншими опікунськими мережами, а цій дитині знайти способи коректної комунікації з новими батьками.

Отже, або руйнується, або докорінним чином реформується вся комунікаційна система взаємин як усередині родини, так і за її межами. Новостворена комунікаційна мережа у вигляді малої соціальної групи, отже, складається, серед іншого, з родини, друзів та обмеженого кола соціальних працівників. Таким чином, коли сім'я запрошує прийомну дитину, змінюється вся комунікаційна структура цієї сім'ї. Комунікаційні особливості малих комунікаційних груп є реальною соціальною ситуацією, коли зі зміною латентних обставин змінюється аудиторія і, отже, комунікаційний ландшафт.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – типізувати підходи сімейних опікунів щодо своєї нової комунікаційної потреби в підтримці прийомних дітей, яка виникає, коли сім'я починає функціонувати як мала соціальна група в новітньому сімейному піклуванні, з метою узагальнення тих масовокомунікаційних прийомів, які застосовують у практиці локального аудиторного соціуму.

Методологічну основу статті становлять загальнонаукові методи: синергетичний підхід використано для визначення ролі й місця вторинних соціальних мереж у комунікації малих соціальних мереж; аналітико-синтетичний метод – для опрацювання наукової джерельної бази дослідження; аналітичний метод – для розкриття особливостей представлення контентів малих соціальних груп.

III. Результати

Коли сім'я як носій уже сталого на певний час комунікаційного поля поповнюється новим членом (новий представник аудиторії), звичайно, це комунікаційне поле змінюється й перетворюється на новітню категорію спілкування. При цьому варто зауважити, що ступінь і рівень контенту та напруги комунікаційних змін залежатимуть від того, в якому віці дитина стає новим членом родини. Українська дослідниця А. Юр'єва взагалі вважає, що система спілкування всередині будь-якої родини є нічим іншим як соціальною мережею [9]. Візьмемо за основу подібну пропозицію як таку, яка, на нашу думку, віддзеркалює всі ключові характеристики соціальної мережі, пов'язані з можливостями такого технічно-технологічного майданчика бути певним посередником у створенні та передачі контенту – щоправда, здебільшого на рівні усного мовлення. Хоча – зазначимо при цьому – авторка цих рядків знайома із ситуацією, коли члени великих родин (а надто, коли деякі люди перебувають у віддалених локаціях) на базі соціальних мереж створюють власні групи з умовною назвою «Родина».

Отже, соціальна мережа під умовною назвою «Родина» і в кількісному, і в якісному сенсах зростає відтоді, відколи сама сім'я почала виконувати функції піклувальників. Ідеться про певну різноаспектну контенту «експансію» в соціальній мережі. Допуск нових як для перших етапів створення нової родини людей до вже сталого комунікаційного стилю, який вироблявся в цій родині роками, не став лагідним комунікаційним і тим більше контентним кроком: звісно, що подібна зміна учасників мережі стала і великою зміною кожного її учасника.

Українська дослідниця А. Петенок вважає, що соціальна мережа є вторинним агентом соціалізації молоді; отже, чернігівська науковиця називає комунікаційний феномен вторинною мережею. Вона пише: «існує багато точок зору щодо перспектив розвитку і значення соціальних мереж. Все залежить від цільової аудиторії, на яку вони орієнтовані. Найбільш активною соціальною групою користувачів соціальних мереж є молодь. Соціальні мережі для них стали невід'ємною частиною життя, а отже мають значний вплив на формування особистості молодої людини, її цінностей, переконань та поглядів, а також побудову соціальних контактів, зв'язків, стосунків, особистісну ідентичність. Тобто, можна стверджувати, що соціальні мережі є вторинним агентом соціалізації молоді» [7, с. 27].

Щодо ситуації в малій соціальній групі, природно, що соціальна мережа як вторинний комунікаційний продукт сприймається або не сприймається прийомними дітьми, і у випадку несприйняття ступінь цього несприйняття інформативної компоненти цієї новоствореної соціальної мережі залежить від різного роду труднощів тезаурусного характеру, про які потрібно подбати дорослим учасникам цієї вторинної соціальної мережі вже як про контент. Те, що цей контент є цілковито новим для дітей, які прийшли в сім'ю, – зрозуміло. Ще 2016 р. групою українських учених під керівництвом покійного вже професора Віктора Огнев'юка було розроблено освітню програму «Дитина». У документі зазначено, що «основними компонентами пізнавальної активності є мотиваційний, когнітивний та діяльнісний. Мотиваційний компонент формується на основі потреби в знаннях, зацікавленості до пізнавальної діяльності. Даний компонент є основою для формування когнітивного, що передбачає оволодіння розумовими діями та операціями. Останній компонент виражає спрямованість пізнавальної активності в теоретичній та практичній діяльності» [1, с. 12].

Однак цей контент може виявитись абсолютно новим не тільки для дітей, які прийшли в сім'ю, а й для самих сімейних опікунів, яким (раптом!) доводиться керувати власними комунікаційними реаліями відповідно до цілковито нових родинних контактів і – відповідно – обставин. Мається на увазі те, що контент вторинної соціальної мережі раптом перетворюється на певний комунікаційний компроміс. З одного боку, «стара», стала частина мережі не може вийти за межі власних комунікаційних проблем, тем та бажань їхнього обговорення. З іншого боку, опікуни, як комунікаційне джерело, яке не бажає і не має змоги щось приховувати, але повинне бути відкритим, все ж стикається з необхідністю контролювати або принаймні обмежувати певні інформаційні насичення повідомлень. Сім'я, яка здійснює догляд, як головний комунікатор, вже не є елементом розповіді, а виступає модератором певного обмеження цієї розповіді, оскільки бажає захистити дитину від такого контенту, який може здатись цій дитині девіантним.

Українська дослідниця Світлана Кость, аналізуючи патогенність контенту в соціальних комунікаціях, виокремлює й деталізує феномен девіантності. Львівська вчена пише: «девіантність полягає у тому, що дискурс ... має патогенний вплив на людей, особливо з нестійкою психікою, емоційно вразливих, психічно нестабільних, а також підлітків, які найчастіше схильні до копіювання чужіє поведінки» [2, с. 384]. Отже, якщо прислухатись до цієї думки, то йдеться про зміну комунікаційних функцій і навіть комунікаційних ролей, які змінюють життя всіх учасників вторинної соціальної мережі, яка, попри те, що стала кількісно більшою, водночас перетворилась на середовище обміну обмеженим контентом, що призвело до того, що повсякденне життя сімей-

них опікунів стало характеризуватись зміною тематичного напрямку спілкування. І якщо раніше це спілкування мало характер повсякденних, здебільшого *побутових* проблем (кухня, загальний стан здоров'я, дозвілля, приватні уподобання членів родини тощо), то відтепер спілкування у вторинній соціальній мережі стає все більше дотичним до проблем *професійних*. Обставини, за яких такий, більш офіційний, ніж колись, домашній контент став частиною повсякденного життя, суттєво змінили стосунки всієї родини, тобто *всього* комунікаційного поля *всієї* родини. Звісно, що нові обставини призвели до того, що членам цього комунікаційного поля стає набагато складніше контактувати між собою, оскільки нова аудиторна одиниця змінює тональність і змістове наповнення всієї представленості як фактичних, так і емоційних чинників вмісту вторинної соціальної мережі.

Українська дослідниця Т. Куриленко пише: «опозиційні концепти комунікації в цілому, й бінарна опозиція «свій – чужий» зокрема, визначають протягом усієї історії людства рівень взаємних відносин представників різних культур. Опозиція «свій – чужий» виникла на світанку людства і існує в культурі багато тисячоліть, проникаючи в різні сфери людського буття. Досвід всесвітньої історії демонструє одвічне протистояння «свого» і «чужого», виражене в різних формах: війна, боротьба, зіткнення, міграції тощо» [4, с. 29]. І дійсно, поява «чужого» представника аудиторії в сталому комунікаційному середовищі призводить до суттєвих змін і навіть певного хаосу в комунікаційному середовищі. Ці зміни торкаються і такого сегмента аудиторії, як самі прийомні діти. Для деяких з них було новим і доволі дивним залучення до своєї комунікаційної активності нових, більш дорослих і досвідчених комунікаторів. Для них ця поява означає початок великих змін. Український дослідник О. Крикуненко визначає такі зміни дуже корисними [3] – отже, вони інтенсифікують співпрацю з новими членами родини як певний перехідний комунікаційний період. Багато хто водночас наголосив на труднощах у співпраці з фахівцями соціальної допомоги. Тут є важливим те, щоб сім'ї «відкрили» свою, вже існуючу соціальну мережу для нового члена цієї мережі та почали обмін таким контентом, які відбивав би нову ситуацію.

У своєму старому станові, сталому на період появи нового учасника вторинної соціальної мережі, українцям було постійне застосовування обов'язку контентної конфіденційності. Тепер ця конфіденційність стала бажаною, але не обов'язковою практикою: маємо на увазі те, що повсякденне, буденне латентне життя новоствореної родинної групи вторинної соціальної мережі має проблему отримання інформації ззовні, і ця інформація може стати альтернативою, якщо не взагалі запереченням того, що проповідує загальний наратив контентних, «внутрішньо-родинних» подач. Подібна небезпека лише підкреслює не стільки можливу розгубленість при тлумаченні тих чи інших подій чи фактів поточного життя, скільки певне тлумачення необхідності певного «переходу» до більш активних, агресивних дій прийомних батьків як ключових учасників контентного базису усього інформаційного поля, в межах якого відбуваються *реальні* події *реальної* сім'ї – а, отже, і усієї *реальної* малої соціальнокомунікаційної групи.

IV. Висновки

Схожість новітніх соціальних проблем, які виникли в сім'ї після поповнення прийомною дитиною, породили необхідність певного виходу за межі власної соціальної мережі. Ідеться про консультативний контент, сутність якого полягає у важливості, а то й необхідності підтримувати комунікацію із цільовими групами аудиторії. Такий контент варто було б назвати консультативним і визначити як залучення до обговорення власних проблем, які потребують вирішення за допомогою інших учасників комунікаційного процесу, які опинились у схожих соціальних, побутових умовах. Створення довідкових груп у межах функціонування ширшої мережі допоміжної практики є важливим і навіть необхідним елементом соціальнокомунікаційних дій; але контент, що функціонує в цих групах, може опосередковано стати або рушійною, або руйнівною дією для самої прийомної дитини. Маємо на увазі те, що будь-який контент про будь-який досвід, поширений за допомогою соціальнокомунікаційних платформ, не завжди матиме певну користь для тотальної аудиторії. Звідси – можливий процес спочатку комунікаційного, а пізніше – і соціального відчуження цілих пластів цільової аудиторії, яка не зможе вважати себе окремою самодостатньою (знов-таки) спочатку комунікаційною, а пізніше – соціальною групою суспільства.

Список використаної літератури

1. Дитина: Освітня програма для дітей від двох до семи років / уклад. В. О. Огнев'юк. Київ : Міністерство освіти і науки України ; Київський університет імені Б. Грінченка, 2016. 304 с.
2. Кость С. *Причини виникнення та особливості функціонування у газетах правового дискурсу з ознаками девіантності* : зб. наук. пр. Львів, 2013. С. 381–389.
3. Крикуненко О. О. *Медіаконвергентність: основна сутність, типологія та її зміни із часом. Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи* : матер. наук.-практ. конф. Суми : Сумський державний університет, 2022. С. 78–81.
4. Куриленко Т. Бінарні концепти комунікації та діалог культур: деякі аспекти. *Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарного знання у сучасному інформаційному просторі: національний та інтернаціональний аспекти* : зб. наук. пр. Монреаль : СРМ «ASF», 2019. 157 с.

5. Лінський І. В., Кузьмінов В. Н., Мінко О. І., Кожина Г. М., Гриневич Є. Г. та ін. Особливості несприятливого впливу питущих на дітей в мікросоціальному оточенні. *Український вісник психоневрології*. 2021. Т. 29. Вип. 3 (108). С. 5–11.
6. Падун Р. Визначення сім'ї як правової категорії та особливого феномену суспільних відносин. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2021. № 68. С. 75–79.
7. Петеном А. В. Соціальні мережі як вторинний агент соціалізації молоді в сучасному соціумі. *Інноваційний потенціал соціальної роботи в сучасному світі: на межі науки та практики* : матер. І Міжнар. наук.-практ. конф. Чернігів, 2021. С. 27–29.
8. Пирог Г. В. Особливості політичної соціалізації дітей молодшого шкільного віку (на прикладі севастопольського регіону). *Проблеми загальної та педагогічної психології* : зб. наук. пр. 2007. № 9 (2). С. 228–234.
9. Юр'єва А. Вплив соціальних мереж на суспільство. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*. 2018. № 7–8 (6). С. 81–83.
10. Воеводіна С. В. Соціальні комунікації в сучасному суспільстві. *Наукові записки Ужгородського національного університету*. 2019. С. 55–58.

References

1. Ohnev'iuk, V. O. (Ed.) (2016). *Dytyna: Osvitnia prohrama dlia ditei vid dvokh do semy rokiv* [Child: Lighting program for children from two to seven years old]. Kyiv: Min. osv. i nauky Ukrainy; Kyiv. un-t im. B. Hrinchenka [in Ukrainian].
2. Kost, S. (2013). *Prychynu vynyknennia ta osoblyvosti funktsionuvannia u hazetakh pravovoho dyskursu z oznakamy deviantnosti* [Causes of blaming that peculiarity of functioning in newspapers of legal discourse with signs of deviance]. Lviv [in Ukrainian].
3. Krykunenko, O. O. (2022). *Mediakonverhentnist: osnovna sutnist, typolohiia ta yii zminy iz chasom* [Media convergence: the main essence, typology and its change from time to time], *Cuchasnyi masovokomunikatsiinyi prostir: istoriia, realii, perspektyvy*, materialy naukovo-praktychnoi konferentsii [Current mass communication space: history, realities, prospects Proceedings of the Scientific and Practical Conference]. Sumy [in Ukrainian].
4. Kurylenko, T. (2019). *Binarni kontsepty komunikatsii ta dialoh kultur: deiaki aspekty* [Binary concepts of communication and dialogue of cultures: active aspects]. *Aktualni pytannia, problemy ta perspektyvy rozvytku humanitarnoho znannia u suchasnomu informatsiinomu prostori: natsionalnyi ta internatsionalnyi aspekty*. Monreal: CPM «ASF» [in Ukrainian].
5. Linskyi, I. V., Kuzminov, V. N., Minko, O. I., Kozhyna, H. M., & Hrynevych, Ye. H. (2021). *Osoblyvosti nespriyatlyvoho vplyvu pytushchykh na ditei v mikrosotsialnomu otocenni* [Peculiarities of the unacceptable infusion of feeders on children in the microsocial otocenny]. *Ukrainskyi visnyk psykhonevrolohii*, 29, 3 (108) [in Ukrainian].
6. Padun, R. (2021). *Vyznachennia simi yak pravovoi katehorii ta osoblyvoho fenomenu suspilnykh vidnosyn* [The designation of this as a legal category and a special phenomenon of suspilnykh vidnosyn]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. Serii: Pravo*, 68, 75–79 [in Ukrainian].
7. Petenok, A. V. (2021). *Sotsialni merezhi yak vtorynnyi ahent sotsializatsii molodi v suchasnomu sotsiumi* [Social services as a secondary agent of socialization of young people in modern society], *Innovatsiinyi potentsial sotsialnoi roboty v suchasnomu sviti: na mezhi nauky ta praktyky*, materialy I Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Innovative potential of social work in the modern world: between science and practice, Proceedings of the 1th International Scientific and Practical Conference]. Chernihiv [in Ukrainian].
8. Pyroh, H. V. (2007). *Osoblyvosti politychnoi sotsializatsii ditei molodshoho shkilnoho viku (na prykladi sevastopolskoho rehionu)* [Features of the political socialization of children of the young school age (on the example of the Sevastopol region)]. *Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii. Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykholohii im. H. S. Kostiuka APN Ukrainy*, 9 (2), 228–234 [in Ukrainian].
9. Yurieva, A. (2018). *Vplyv sotsialnykh merezh na suspilstvo* [Injection of social measures into the society]. *Masova komunikatsiia: istoriia, sohodennia, perspektyvy*, 7–8 (6), 81–83 [in Ukrainian].
10. Voievodina, S. V. (2019). *Sotsialni komunikatsii v suchasnomu suspilstvi* [Social communications in modern society]. *Naukovi zapysky Uzhhorods-koho natsionalnogo universytetu*, 55–58 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 15.11.2022.

Received 15.11.2022.

Leontieva T. Communication Features of the Secondary Social Network of Small Social Groups (on the Example of Families with Adopted Children)

The purpose of the article. In our article, we need to determine how family caregivers see their communication mission, how the family communication system changes due to the fact that the family began to function in the latest family communication, and what changes may occur in the family communication network during its existence in new condition.

Methodology. The methodological basis of the article is general scientific methods: a synergistic approach to determining the role and place of secondary social networks in the communication of small social networks; application of the analytical-synthetic method for processing the scientific source base of research; the analytical method was used to reveal the peculiarities of presenting the contents of small social groups.

Result. Thus, the central research questions of the article are as follows: 1. How do family caregivers experience their current communication function? 2. How does the communication function of caregivers change as a result of family caregiving? 3. What communication support does the communication network offer family caregivers and what is missing? The purpose of the article is to typify the approaches of family caregivers to their new communication needs in supporting adopted children, which arises when the family begins to function as a small social group in the latest family care, with the aim of generalizing those mass communication techniques that are used in the practice of the local classroom society.

As a result of the study, it was found that the secondary social network needs the support of all its participants in the form of a comprehensive method of transmitting such content, which in the initial latent period of the newest composition of the network will be minimally deviant and maximally understandable to all participants. The secondary social network should be flexible and shaped according to the uniqueness of each network member, taking into account their individual needs. Formal and informal support of new members of the network, who have become these members against their own will, should complement each other through the establishment of a certain content threshold. This content threshold should be emotionally and informationally low so that each member of the secondary social network can make changes whenever the social situation in the group changes.

Novelty. The novelty of our research interest in the study of communication features of small social groups on the example of communication within families with adopted children is based on several arguments. First, in our previous studies, a number of features of the general communication interests of the children and youth audience were analyzed; at the same time, the main emphasis is placed on the socio-communication characteristics of these interests (convergent features of children's media, social networks as a platform of interests on the part of children and youth audiences, problems of media education, etc.). But at the same time, the personal communication interests of children and young people remained outside our attention, which – according to the Ukrainian researcher H. Pyrog – makes any research limited and insufficiently substantiated [8]. Secondly, in the Ukrainian segment of social communications, this problem has not been studied at all. The study of what constitutes family communication is limited to psychological or pedagogical frameworks and is extremely rarely conducted in the context of social communications, which narrows the basic plane of such scientific investigations.

The practical meaning. The results of the research can be used by teachers and practitioners in the field of mass communication. The article will also be useful for working with journalism students

Key words: authorship, content, deviance, family, personalization, secondaryness, social network.

Leontieva T. Cechy komunikacyjne wtórnej sieci społecznej małych grup społecznych (na przykładzie rodzin z dziećmi adoptowanymi)

Cel badania. Celem artykułu jest scharakteryzowanie podejścia opiekunów rodzinnych do ich nowych potrzeb komunikacyjnych we wspieraniu dzieci adoptowanych, które pojawiają się, gdy rodzina zaczyna funkcjonować jako mała grupa społeczna w najnowszej opiece rodzinnej, mając na celu uogólnienie tych masowych techniki stosowane w praktyce lokalnej społeczności klasowej.

Metodologia badań. Podstawą metodologiczną artykułu są ogólnonaukowe metody: synergiczne podejście do określania roli i miejsca wtórnych sieci społecznościowych w komunikacji małych sieci społecznościowych; zastosowanie metody analityczno-syntetycznej do przetwarzania naukowej bazy źródłowej badań; Metoda analityczna posłużyła do ujawnienia specyfiki prezentacji treści małych grup społecznych.

Wyniki. W naszym artykule musimy ustalić, jak opiekunowie rodzin postrzegają swoją misję komunikacyjną, jak zmienia się system komunikacji rodzinnej w związku z faktem, że rodzina zaczęła funkcjonować w najnowszej komunikacji rodzinnej oraz jakie zmiany mogą zajść w rodzinnej sieci komunikacyjnej podczas jej istnienie w nowym stanie. Centralne pytania badawcze artykułu brzmią więc następująco: 1. Jak opiekunowie rodzinni doświadczają swojej obecnej funkcji komunikacyjnej? 2. Jak zmienia się funkcja komunikacyjna opiekunów w wyniku sprawowania opieki przez rodzinę? 3. Jakie wsparcie komunikacyjne sieć komunikacyjna oferuje opiekunom rodzinnym i czego jej brakuje?

W wyniku przeprowadzonych badań stwierdzono, że drugorzędny portal społecznościowy potrzebuje wsparcia wszystkich jego uczestników w postaci kompleksowego sposobu przekazywania takich treści, które w początkowym okresie utajonym najnowszego składu sieci będą minimalnie odbiegający od normy i maksymalnie zrozumiałe dla wszystkich uczestników. Wtórna sieć społecznościowa powinna być elastyczna i kształtowana zgodnie ze specyfiką każdego członka sieci, z uwzględnieniem jego indywidualnych potrzeb. Formalne i nieformalne wsparcie nowych członków sieci, którzy zostali tymi członkami wbrew własnej woli, powinno się uzupełniać poprzez ustanowienie

pewnego progu treściowego. Ten próg treści powinien być emocjonalnie i informacyjnie niski, aby każdy członek drugorzędnej sieci społecznościowej mógł dokonywać zmian, gdy zmienia się sytuacja społeczna w grupie.

Nowość uzyskanych wyników. Nowość naszego zainteresowania badawczego badaniem cech komunikacyjnych małych grup społecznych na przykładzie komunikacji w rodzinach z dziećmi adoptowanymi opiera się na kilku argumentach. Po pierwsze, w naszych poprzednich badaniach przeanalizowano szereg cech ogólnych zainteresowań komunikacyjnych dzieci i młodzieży; główny nacisk kładzie się jednocześnie na społeczno-komunikacyjną charakterystykę tych zainteresowań (zbieżne cechy mediów dziecięcych, portale społecznościowe jako platforma zainteresowań dzieci i młodzieży, problemy edukacji medialnej itp.). Jednocześnie jednak poza naszą uwagę pozostawały osobiste zainteresowania komunikacyjne dzieci i młodzieży, co zdaniem ukraińskiego badacza H. Pyroga czyni wszelkie badania ograniczonymi i niewystarczająco uzasadnionymi [8]. Po drugie, w ukraińskim segmencie komunikacji społecznej problem ten nie był w ogóle badany. Badanie tego, co stanowi komunikację rodzinną, ogranicza się do ram psychologicznych lub pedagogicznych i jest niezwykle rzadko prowadzone w kontekście komunikacji społecznej, co zawęża podstawową płaszczyznę takich badań naukowych.

Znaczenie praktyczne. Wyniki badań mogą być wykorzystywane przez nauczycieli i praktyków w zakresie komunikacji masowej. Artykuł przyda się również w pracy ze studentami dziennikarstwa.

Słowa kluczowe: autorstwo, dewiacja, personalizacja, rodzina, treść, sieć społecznościowa, wtórność.