

УДК 004.7:342.34:316.3(477)

С. В. Циліорик

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИЙ ДІАЛОГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ЕЛЕМЕНТ ФОРМУВАННЯ ДЕМОКРАТИЧНИХ ЗАСАД В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У статті розглядається поняття соціально-комунікативного діалогу, нові інструменти його ведення та його роль у формуванні демократичних засад в українському суспільстві. Соціально-комунікативний діалог розглядається у широкому розумінні: як діалог між громадянами, громадянами та представниками влади.

Ключові слова: соціально-комунікативний діалог, соціальні мережі, демократичні засади.

Постановка проблеми. У сучасних умовах в Україні відбуваються фундаментальні зміни в суспільстві. Вони стали можливими через зміни у свідомості українців: усвідомлення можливості особистого впливу на суспільство, формування громад на основі спільних цінностей та втілення спільних ідей у життя. Важливу роль в цьому процесі відіграють наявні можливості здійснення комунікації на різних рівнях в суспільстві та збільшення каналів комунікації, серед яких важливу роль сьогодні відіграють соціальні мережі.

Особливістю розвитку демократичних процесів в українському суспільстві є можливість відкритого соціально-комунікативного діалогу між різними спільнотами, представниками влади, представниками впливових компаній та громадянами. Технічність та оперативність здійснення цього діалогу забезпечують різні канали комунікації, серед яких все більшу роль відіграє світова мережа, і зокрема такий канал комунікації як соціальні мережі.

Використовуючи соціальні мережі як інструмент діалогу суспільство має інструменти впливу як на владні структури так і на вироблення оперативних дієвих рішень, підняття та вирішення актуальних питань, швидке поширення інформації. Вивчення механізму соціально-комунікативного діалогу з використанням соціальних мереж як інструменту, дає можливість до вирішення нагальних соціальних проблем у суспільстві.

Швидкий доступ та використання всесвітньої мережі дає можливість отримання бажаної інформації та ініціювання діалогу серед різних соціальних

груп. Основною перевагою інструменту комунікацій в соціальних мережах є швидкий зворотній зв'язок, який і надає можливість здійснення діалогу.

Мета роботи полягає у визначенні ролі соціальних мереж як ефективного інструменту ведення соціально-комунікативного діалогу в суспільстві для досягнення результатів.

Ступінь розробленості проблеми. Дослідженням категорії соціального діалогу та питання каналів комунікацій в соціальних мережах розглядаються у працях науковців соціологів, політологів, філософів: Олексій Онищенко, Валерій Горовий, Володимир Попик [Соціальні мережі..., 2013], Леонід Чуприна [Чуприна...], Володимир Цвих, Дмитро Неліпа [Цвих, 2006, с. 182-185], Ольга Петроє [Петроє, 2013], Ірина Мудра [Мудра...] інші. Розуміння інформаційного суспільства, фундаментальні підгрунття нового суспільства у третьому тисячолітті закладено у у працях Мануеля Кастельса [Castells, 2010], Деніела Белла [Bell, 1999], Дж. Гілбрейта [Galbraith, 1998] та інших.

Визначити чи наявний соціальний комунікативний діалог у соціальних мережах, чи комунікація в мережах – є трансляцією інформаційного потоку за допомогою мовних засобів та зображень, з'ясовуємо через визначення самого поняття діалог.

У соціологічному словнику визначення діалогу подається як (грец. dialogos – бесіда, розмова) – режим взаємодії, засіб комунікації, взаєморозуміння, кооперації соціальних суб'єктів, що є однією з форм трансляції соціального досвіду [Соціологічний словник...].

Серед сутнісних ознак діалогу виділяють: а) свідому і взаємну спрямованість комунікативної дії одного соціального суб'єкта на реакцію іншого (інших); б) взаємно зрозумілу дискурсивну артикульованість взаємодії соціальних суб'єктів у знаково-символічних формах; в) наявність відтворюваного зворотного зв'язку у взаємодії соціальних суб'єктів; г) взаємне визнання «позитивної інакшості» й самоцінності позиції іншого суб'єкта взаємодії, що вимагає толерантного ставлення; г) наявність (у т. ч. неусвідомлювана) спільного ціннісно-сміслового і діяльнісного контексту взаємодії, який опосередковує специфічність позицій різних суб'єктів; д) наявність конструктивних змін у свідомості і діяльності принаймні одного із взаємодіючих суб'єктів під впливом іншого (інших); е) узгодженість суперечливих інтересів, мотивів, установок і цінностей взаємодіючих суб'єктів [Соціологічний словник...].

Визначення категорії соціального діалогу в Україні зафіксовано на державному рівні. Визначені правові засади організації та порядку ведення

соціального діалогу з метою вироблення та реалізації державної соціальної і економічної політики, регулювання трудових, соціальних, економічних відносин і відповідно, забезпечення підвищення рівня і якості життя громадян, соціальної стабільності в суспільстві. Зокрема, стаття Закону визначає поняття наступним чином: «Соціальний діалог – процес визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування, з питань формування та реалізації державної соціальної та економічної політики, регулювання трудових, соціальних, економічних відносин» [3].

Формулювання закону про соціальний діалог базується на Конституції України і складається із таких законів України: «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності», «Про організації роботодавців», «Про колективні договори і угоди», «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)», а також трудового законодавства, інших нормативно-правових актів [Закон України...].

Закон також визначає основні принципи соціального діалогу: «Соціальний діалог здійснюється на принципах: законності та верховенства права; репрезентативності і правоспроможності сторін та їх представників; незалежності та рівноправності сторін; конструктивності та взаємодії; добровільності та прийняття реальних зобов'язань; взаємної поваги та пошуку компромісних рішень; обов'язковості розгляду пропозицій сторін; пріоритету узгоджувальних процедур; відкритості та гласності; обов'язковості дотримання досягнутих домовленостей; відповідальності за виконання прийнятих зобов'язань.

Досліджуючи соціальний діалог як інститут державного управління Ольга Петроє зазначає, що успішні системи соціального діалогу мають потужний потенціал до вирішення важливих економічних та соціальних завдань: активізація взаємодії між сторонами соціально-економічних відносин на усіх рівнях; заохочення ефективного управління; демократизація соціально-економічних відносин; досягнення соціального консенсусу/компромісу між зацікавленими сторонами в суспільстві; формування системи довірливої економіки; формування стабільного і справедливого суспільства; збереження соціального миру; забезпечення економічної стабільності і прогресу [Петроє, 2013, с. 24].

Соціальний діалог є певною формою соціальної комунікації. Особливість комунікації полягає в її складній структурі та складності здійснення через

передачу повноважень соціальних груп окремим особам, що відіграють роль комунікаційних посередників в рамках соціального діалогу [Довгаль, 2012, с. 36].

Роль соціального діалогу, як елементу врегулювання та розвитку суспільних відносин – важлива в суспільстві. Ступінь розробленості категорії соціального діалогу на високому рівні. Процес соціального діалогу в демократичному суспільстві виступає цінністю, яку формує суспільство і визначає держава.

Характерними особливостями соціально-комунікативного діалогу у порівнянні з індивідуально-особистісним діалогом є обумовленості, які є не стільки особистісними характеристиками, статевовіковими, професійними чи етнічними, а реальні умови життя людей. Серед яких кризовий соціум, неефективність соціальних інститутів і соціальних відносин, які на сьогодні є характерною ознакою українського суспільства й закономірно породжують кризову свідомість [Цвях, 2006, с. 184].

Українське суспільство у сучасний період переживає умови кризи та неефективності соціальних інститутів, затяжні та неефективні реформи, потребує реального, а не псевдо реформування за таких умов соціально-комунікативний діалог набуває особливого суспільного значення. В результаті ведення соціального діалогу виробляються спільні рішення, які направлені на досягнення результату. Важливим аспектом розгляду соціального діалогу в мережі є інформаційна насиченість інтернет простору, можливість швидко та з перших рук отримувати необхідну інформацію, залучати думки експертів та набирати обертів у підтримці та інформуванні суспільства.

На прикладах громадських петицій, запитів, інфографічних повідомлень можна відслідковувати силу дії соціальних мереж як каналу комунікації. Звернення медійного інформаційного простору, посилення інформаційних агенцій до матеріалів та обговорень в мережах як каналу інформації. Така ефективність пов'язана в першу чергу, з можливістю залученості великої кількості зацікавлених осіб та технологічною швидкістю поширення.

Соціальні мережі як канал комунікації відіграють важливу роль у різних сферах життєдіяльності суспільства: пошук шляхів вирішення нагальних проблем, як на особистісному рівні, на груповому і навіть на рівні всього суспільства. Ініціативи або реакція на процеси які відбуваються у вигляді підтримки та поширення відповідного контенту.

Світова мережа порівняно з іншими каналами комунікації є якісно новим каналом комунікації. З точки зору соціальних комунікацій всі канали комунікації діляться на дві великі групи: природні (невербальні та вербальні) на

штучні (документальні та електронні). Інтернет належить до типу штучних електронних каналів комунікації. Поява та швидке поширення штучних каналів комунікацій, постійне збільшення їх кількості та ускладнення технічних способів передачі інформації, падіння ролі природних каналів комунікації є зафіксованими історичними тенденціями [Інтернет-технології..., 2010, с.232].

Комунікацію в широкому сенсі та можливість здійснення діалогу в соціальних мережах розглянемо з точки зору специфіки каналу комунікації. Серед причин які зумовили поширення штучних каналів комунікації: стрімкий розвиток структури суспільства з одного боку та зростаюча потреба людей у спілкуванні в умовах диференційованого суспільства з іншого. Поширення штучних каналів комунікації долає проблему територіальної віддаленості людей, вирішує психологічні питання незручності безпосереднього спілкування. В умовах інформаційного суспільства найбільше значення мають не відстань, а складність і обсяг інформації яка передається: зображення, діаграми, графіки, фото медіа та інше.

Однак світова мережа – це не тільки новий канал комунікації, а й місце зберігання інформації. Глобальна мережа – є всесвітнім архівом або загальнодоступною бібліотекою, що виконує найважливішу функцію передачі соціальної інформації від покоління до покоління. Більше того, інтернет є першим справді глобальним каналом комунікації.

На сьогоднішній день у всесвітній павутині є більше 200 структур, які можна вважати соціальними мережами. Можна виділити такі їх види: соціальні мережі на загальну тематику, ділові мережі, спеціалізовані. Але найбільш популярні це мережі на загальну тематику. Для українських користувачів інтернету найбільш популярними є «Facebook», «ВКонтакте-те», «Однокласники» [Мудра..., с. 209].

Останній 2015 рік, спостерігається поширення мережі Facebook в Україні, суттєве збільшення аудиторії. За даними Радіо Свобода За 5 років – із березня 2009-го по лютий 2014 року українська аудиторія Facebook зросла у 47 разів. За статистикою літа минулого року, «ВКонтакте», «Однокласниках», Facebook і Twitter було зареєстровано близько 40 мільйонів українських акаунтів – тобто цифра, порівняна з населенням усієї країни [radiosvoboda.org].

За даними видання Watcher кількість українських користувачів соціальної мережі Facebook за останній рік зросла на 30%, в абсолютних цифрах приріст склав 1,2 мільйони. Станом на січень 2015 року в Україні було 3,85 млн користувачів Facebook, у січні 2016 року ця цифра склала 5 млн. За методологією Facebook користувачами соціальної мережі є люди, які хоча б раз

протягом останніх 30 днів заходили в соціальної мережу будучи при цьому залогіненими. Тобто в цій статистиці не враховуються, наприклад, зареєстровані користувачі, які не заходять в соцмережу протягом останніх 30 днів, а також люди, які не зареєстровані в соцмережі, але переглядають її контент [watcher.com.ua].

Кількість активних користувачів Facebook зростає щомісяця у всьому світі. Починаючи з 2008 по 2015 станом на четвертий квартал 2015 року, Facebook мав 1,59 млрд активних користувачів щомісяця. У третьому кварталі 2012 року, кількість активних користувачів Facebook перевищила 1 млрд. [watcher.com.ua].

Компанія Facebook заснована в 2004 році на даний час є найбільшим сервісом та основною мережею з глобальним охопленням аудиторії і загальною кількістю активних користувачів. Розпочата студентом Гарварду Марком Цукербергом та його однокурсниками, обслуговування на початку було розраховано лише на студентів Гарварда, але незабаром розширена до регіональних університетів, з подальшим розширенням до школярів і глобальних користувачів у віці від 13 років і старше. В даний час, проникнення використання Facebook серед користувачів Інтернету в провідних ринках вище 80 відсотків.

Згідно методології мережі, користувачі Facebook повинні зареєструватися, перш ніж використовувати соціальну мережу і можуть вільно створювати особистий профіль, і таким чином взаємодіяти з іншими користувачами, яких вони можуть додати в список друзів. Крім того, користувачі Facebook можуть приєднатися та створювати групи за інтересами, що власне і створює живий майданчик для ведення комунікативного діалогу.

Для розуміння глобального масштабу та швидкості поширення користувачів у світі, за даними статистики [statista.com] у вересні 2012 року Facebook оголосив понад один мільярд активних користувачів на всіх платформах. Соціальна мережа стала також доступна для користувачів мобільних телефонів та інших додатків додатків, заснованих на оригінальних особливостях Facebook, таких як Facebook Messenger, який за станом на третій квартал 2015 року мав високий рівень проникнення використання.

Розвиток цифрових технологій і веб-сайтів прискорили форми людської взаємодії через інтернет-форуми, обмін миттєвими повідомленнями в соціальних мережах (починаючи з середини 2000-х років). E-mail був одним з основних продуктів в інтернет-досвіді. Проте, зростання соціальних мереж, в першу чергу лідера ринку Facebook і мобільних соціальних програм, таких як

Twitter, лінії або WhatsApp змінили поняття онлайн-комунікацій і розрив в особистому та суспільному онлайн-простір [Петроє, 2013].

Приватні сторінки політиків, лідерів думок та експертів у фейсбуку дещо відрізняються від пабліків: вони забезпечують ближчий контакт із аудиторією, дають змогу вести неформальний діалог. Актуальний рейтинг приватних сторінок політиків у фейсбуку і у твітері можна прослідкувати на основі даних видання *Watcher.com* [watcher.com.ua]. Лідерами за кількістю фоловерів є Арсен Аваков, Дмитро Тимчук, Семен Семенченко, Олег Ляшко і Мустафа Найем. Серед митців і журналістів, які не беруть участі в політичному житті, до статусу стотисячника наближаються Роман Скрипін (70 тисяч фоловерів), Майкл Щур (57 тисяч) та Ірена Карпа (52 тисячі). Мало хто з політиків веде свою сторінку особисто, хоча часом саме це приваблює читачів (яскравим прикладом є сторінка Лесі Оробець) [watcher.com.ua].

Окрім фейсбука, актуальними інструментами комунікації для українських політиків є твітер, меншою мірою – Вконтакті, Однокласники, Instagram та Google Plus. Найбільше переймається комунікацією з аудиторією в цих соціальних мережах команда Петра Порошенка: сторінки у твітері (546 тисяч читачів), Вконтакте (402 тисяч учасників), Однокласниках (більше 10 тисяч учасників), Інстаграмі (37 тисяч підписників) та Google+ (29 тисяч підписників) є офіційно верифікованими та постійно наповнюються. Активним в Інстаграмі є також Віталій Кличко: він має 29 підписників і є другим після Порошенка. У Вконтакті другим після Порошенка є Дмитро Ярош, чия сторінка має понад шістдесят тисяч підписників, третім – Арсеній Яценюк. Зате в Google+ Віталій Кличко має цілих два мільйони підписників. Хоча ці соціальні мережі й не мають такого очевидного та безпосереднього впливу на громадську думку та ЗМІ, як фейсбук, їхня аудиторія поки що не повністю сегментована, тож політики мають великі шанси першими застовпити цю територію [watcher.com.ua].

Основним елементом комунікації в соціальних мережах, який дає підстави визначити комунікацію як діалог, є можливість здійснення зворотнього зв'язку. Зворотній зв'язок в комунікаціях реалізується миттєво, інформація поширюється протягом декількох годин.

Серед багатьох українських дослідників є визнаною думка про те, що соціальні мережі є тією платформою яка виконує роль консолідації різних груп на основі спільних інтересів, при цьому в результаті комунікативної взаємодії виникає масштабний синергетичний ефект. Соціальні мережі сприяють структуризації комунікативного простору, створенню віртуальних

співтовариств, які часто на практиці перетворюються на громадські об'єднання [Чуприна...].

Соціальний діалог відбувається в інституціоналізованій та неінституціоналізованій формах, які взаємно опосередковують одна одну. Соціальні мережі сьогодні є платформою для соціально-комунікативного діалогу в неінституціоналізованій формі.

Підсумовуючи результати аналізу категорії соціально-комунікативного діалогу в мережі основними складовими є: суб'єкти – вони є наявними у контексті розгляду проблеми; простір дії – який забезпечується світовою мережею в цілому та конкретними платформами, де відбувається комунікація; часом дії. Ініціатива діалогу в мережі, виникає як реакція на об'єктивну реальність. Соціальні мережі слугують майданчиком для суспільних обговорень та поширення інформації.

Джерела:

Давиденко О. Українські політики в соціальних мережах: рекорди і тенденції // Медіакритика 11-07-2015

Довгаль І.В. Принципи створення ефективної комунікативної моделі соціального діалогу // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Серія «Соціологічні науки». Том XV. № 1, 2. – Харків : 2012.

Закон України Про соціальний діалог в Україні. Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2862-17>

Интернет-технологии в связях с общественностью : учеб. пособие / И. А. Быков, Д. А. Мажоров, П. А. Слуцкий, О. Г. Филатова; отв. ред. И. А. Быков, О. Г. Филатова. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2010.

Мудра Ірина. Соціальні мережі в інтернеті як інструмент просування «зараженої» інформації// <http://goo.gl/oxQPYs>

Петроє О. М. Соціальний діалог як інститут державного управління : навч.-метод. матеріали ; упоряд. В. В. Святненко. – Київ : НАДУ, 2013.

Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства: [монографія] / [О.С. Онищенко, В. М. Горючий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ : 2013.

Соціологічний словник. – Режим доступу: <http://goo.gl/oe7014>

Цвях В.Ф., Неліпа Д.В. Соціальний діалог: основні підходи до визначення // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2006. - № 81-83.

Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив // <http://goo.gl/TLPJwH>

Bell Daniel. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. 1999.

Galbraith John Kenneth. The Affluent Society Paperback – October 15, 1998.

Castells Manuel. The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture Volume I 2nd Edition with a New Preface Edition. 2010.

<http://www.radiosvoboda.org/media/video/26867688.html>

<http://watcher.com.ua/2016/01/25/ukrayinska-audytoriya-facebook-za-rik-vyrosla-na-30-i-vpershe-dosyahla-5-mln-korystuvachiv/>

<http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

S. Tsilyurik. Openness Social Communicative Dialogue and its Role in Shaping a Democratic Society in Ukraine.

The article The article considered social dialogue in communication, new tools its maintenance and its role in shaping democratic principles in Ukrainian society. The social dialogue is seen in a broad sense: as a dialogue between citizens, the citizens and the authorities, between companies and consumers.

Keywords: *social dialogue, social networks, democratic principles.*

УДК 316.334.2

Н. І. Варга

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ НЕФОРМАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ ЗРІЗ

У статті розглянуто процеси інституціоналізації неформальних практик, які пронизують всі без винятку форми економічної реальності. Часто неформальні практики вкорінені в зазорі законів і неписаних норм поведінки. Показано, що чим глибше цей зазор, чим слабший механізм примусу до виконання закону, тим більш поширені неформальні практики. Показано, що поширення неформальних соціальних практик є природною відповіддю на значне відставання розвитку легальних інститутів державної влади від розвитку реальних суспільних відносин, потреб та інтересів.

Ключові слова: *інституціоналізація, неформальні практики, економіка, інститути, соціальна середовище.*

Постановка проблеми. В сучасній вітчизняній соціології поки ще не склалося чіткого підходу до розуміння взаємовідношення формального та неформального просторів в соціальному житті українського суспільства. Ці два простори, ніби відірвані один від одного, існують ізольовано, самотійно, тільки деколи в конкретних життєвих обставинах пересікаються між собою. Так, формальні відносини - це відносини інституціоналізовані в суспільстві, що