

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СУБ'ЄКТ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛІТИЧНОГО ПОРЯДКУ ДЕННОГО

Розглянуто соціальні мережі як суб'єкт формування інформаційного порядку денного. Досліджено види політичної активності в мережі. Обґрунтовується, що соціальні мережі з можливостями активної комунікації сприяють розвитку діалогової моделі політичних комунікацій. Соціальні мережі істотно реформували методи активізації учасників протестів. Завдяки соціальним мережам для соціальних груп стало можливим здійснювати політичні практики.

Ключові слова: соціальні мережі, політична активність, інформаційний порядок денний, Інтернет.

Соціальні мережі посідають друге місце по значимості в ієрархії суб'єктів формування інформаційного політичного порядку денного після телебачення. І дійсно, не помітити інноваційність і, без перебільшення, грандіозну популярність мережних практик, неможливо. У відповідності з цим метою пропонованої статті є розгляд соціальних мереж як суб'єкта формування інформаційного порядку денного. Завдання статті – розглянути види політичної активності в мережах.

Соціальні мережі з можливостями активної комунікації сприяють розвитку діалогової моделі політичних комунікацій, що дало підставу Е. Гідденсу помітити, що комунікаційна революція «привела до появи більш активного, мислячого громадянина» [1, с. 68].

Соціальні мережі набувають усе більш глобального характеру. Їх користувачі знаходять нові інтереси, мотиви, цінності, а також стають суб'єктами мережної соціально-комунікаційної активності. Як приклад, наведемо знаменитий мережний ресурс «Живий журнал» («Live Journal»), що поєднує 4 755 400 американських користувачів, 433 303 англійських користувачів, 425 021 канадських користувачів, 231 937 українських користувачів [2, с. 98]. Причому нові інтереси й цінності користувачі «Живого журналу» здобувають завдяки спілкуванню з іншими користувачами інтернет-ресурсів. «Живий журнал» породив своїх кумирів, чий авторитет росте разом зі збільшенням числа читачів їхніх повідомлень.

У соціальних мережах обговорюються актуальні проблеми життя суспільства, формується суспільна думка, здатна впливати на політичний порядок денний. Відомий соціолог Е. Гідденс у своїй відомій праці «Світ, що вислизає: як глобалізація міняє наше життя» перераховує проблеми, що хвилюють сучасну молодь в епоху глобалізації. «Найбільш важливими питаннями з погляду молоді є екологічні проблеми, права людини, політика щодо родини й сексуальна свобода. Що ж стосується економіки, то вони не вірять у здатність політиків впоратися із силами, що визначають розвиток нашого світу. Тому не дивно, що політично активні люди воліють вкладати свою енергію в діяльність груп за «конкретними інтересами», адже вони обіцяють те, чого традиційна політика, судячи з усього, просто не в змозі дати» [1, с. 67]. Дослідники навіть висловлюють думку про те, що «у недалекому майбутньому вони (соціальні мережі – О.С.) неминуче стануть істотним інструментом інформаційного впливу, у т.ч. з метою маніпулювання особистістю, соціальними групами й, можливо, суспільством у цілому» [3, с. 68].

Соціальні мережі істотно реформували методи активізації учасників протестів. Завдяки соціальним мережам для соціальних груп стало можливим здійснювати політичні практики. Так, відомо, що саме завдяки соціальним мережам, мобільному зв'язку були організовані протестні акції в арабських країнах на початку 2011 р. Слід також зазначити, що інформаційні технології використовують у своїх цілях не тільки влада, але й опозиція, для якої стало простіше створювати систему контролю за діяльністю органів влади, організувати протестні акції.

Ю. Ільйочева відзначає мобілізаційний потенціал ЗМІ, що, на її думку, реалізується в особливих умовах, якими є політична нестабільність, наявність протестного руху, розкол політичних еліт [4, с. 110]. Аналізуючи протестний рух у Росії, сплеск якого відбувся взимку 2011-2012 р. у зв'язку з незгодою протестуючих з підсумками виборів у Державну Думу 2012 р. і бажанням активних громадян заявити про свою позицію, автор зробила висновок про те, що соціальні мережі стали основним засобом для мобілізації прихильників на акції протесту.

Д. Воїнов описав види політичної активності, наявної в мережі, і поділив їх на конвенціональні й неконвенціональні політичні практики. Конвенціональні – це голосування (електоральна поведінка) на інтернет-виборах, конференціях, референдумах; створення й тиражування політичної інформації через блоги, сайти, інтернет-газети і т.ін.; збір коштів на підтримку партій або рухів; участь в обговоренні політичних проблем у блогах, сайтах, телеконференціях політичних партій (рухів), віртуальних співтовариств, органів державної влади [5, с. 90]. До неконвенціональних Д. Воїнов відносить хакерські напади на сервери державних органів, проведення різних несанкціонованих акцій, флешмобів та ін. через Інтернет. І дійсно, в інтернет-просторі сьогодні спостерігаються такі моменти, які викликають занепокоєння в громадськості. Користувачі Інтернету зіштовхнулися з явищами, які виникли разом з Інтернетом, а саме, з кіберзлочинами, хакерством, спамом, поширенням порнографії, електронним шахрайством та ін.

Соціальні мережі здатні консолідувати цілі суспільні рухи, що створюються для досягнення конкретної мети. У період АТО соціальні мережі сприяють волонтерським рухам, які допомагають, часто ефективніше за державу, українським воїнам у зоні АТО, а також їх родинам. Завдяки соціальним мережам ми довідалися про те, у нашому суспільстві є велика кількість небайдужих людей, які завжди готові допомагати тим, хто цього потребує. Через соціальні мережі мобілізуються обмануті вкладники, інвестори житлового будівництва, валютні позичальники та ін.

Якщо сказане вище вірно, то варто скористатися такими можливостями ЗМІ й соціальних мереж для досягнення й підтримки політичної стабільності в державі.

За результатами дослідження, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) у вересні 2013 року, 49.8% дорослого населення України користувалися Інтернетом. Таким чином, зростання числа користувачів триває навіть більшими темпами, ніж очікувалося. Темп приросту протягом лютого 2012 – жовтня 2013 років склав 16%, що, втім, поступається рекордному стрибку в 34% у період з березня 2011 по лютий 2012 років. У той же час, слід зазначити більш повільне в порівнянні з розвиненими країнами Західної Європи й Північної Америки поширення Інтернету в Україні [6].

Інтернет-ресурсам належить особлива роль у підтримці політичної стабільності. Найпоширенішим Інтернет-ресурсом стали сайти, які сьогодні є в кожній політичній силі й у багатьох політиків. Веб-сайти органів державної влади містять найважливішу інформацію про проведені і плановані заходи у рамках державної політики, виступи державних діячів.

Пройшло зовсім небагато часу, а в Інтернеті з'явилася величезна кількість мережних ЗМІ з політичною тематикою, доступних будь-якому користувачеві. Мережні ресурси створили й традиційні ЗМІ, розуміючи, що це єдиний шлях для збереження своєї популярності. Мережні ЗМІ відрізняються від телебачення й інших ЗМІ тим, що забезпечують інтерактивність, оперативність, екстериторіальність, цілеспрямованість.

Користувачі можуть не тільки коментувати прочитані матеріали й висловлювати своє ставлення до тих або інших проблем суспільства, але й дискутувати між собою. Можливості комунікації на новому технологічному рівні привели до створення цілих віртуальних співтовариств, у тому числі політичних. Таким чином, без перебільшення можна говорити про те, що Інтернет створив нове віртуальне середовище спілкування. Саме завдяки Інтернету виник новий соціально-психологічний феномен – віртуалізація людських відносин, у результаті якої в мережі з'являються власні ієрархії зі своєю особливою культурою й мовою.

Можна навіть сказати, що Інтернет породив новий тип суспільних відносин, сформував нову форму інформаційної взаємодії.

В Україні Інтернет став другим після телебачення впливовим інформаційним ресурсом. Інтернет має більший мобілізаційний потенціал. Користувачі самі зі своєї ініціативи створюють інформаційні мережі громадської активності, які дозволяють інформувати суспільство й мобілізувати його ресурси з метою вирішення гострих соціальних проблем. Завдяки інформаційним мережам громадські активісти мають можливість координувати дії своїх однодумців, формувати в них почуття колективної ідентичності. І, що особливо важливо, – знижувати залежність суспільства від держави, у тому числі від державних ЗМІ. Дослідники виділяють такі функції інтернет-майданчиків у процесі мобілізації: соціальна (об'єднання однодумців для здійснення яких-небудь дій), інформаційна (одержання неофіційної інформації з альтернативних ЗМІ), ресурсна (збір необхідних ресурсів), організаційна (координація учасників) [7, с. 57].

Інтернет також мобілізує для обміну інформацією учасників і свідків подій, експертів, фахівців. Ще одна важлива особливість Інтернету в тому, що на його ресурсах можна довідатися інформацію, що у традиційних ЗМІ не поширюється, наприклад, про політичні події й політиків. Таким чином, користувачі Інтернету одержали можливість порівнювати інформацію, у тому числі офіційну, надану різними засобами масової інформації, з інформацією, поширеною в Інтернеті.

Крім того, соціальні мережі стали використовуватися для мобілізації незгідних з політикою влади. У цілому можна зробити висновок про зміну механізмів взаємодії влади й суспільства. Ці механізми дають можливість у режимі реального часу відслідковувати результати активності громадян.

Н. Луман у своїй відомій праці «Суспільство як соціальна система» [8, с. 86] показав суспільство як структуру, що самовідтворюється, що створює нову реальність за допомогою комунікацій. У цьому контексті значення Інтернету для розвитку інформаційно-комунікаційного простору різко зростає. Адже Інтернет, по-перше, формує й зміцнює міжособистісні й міжгрупові взаємодії (комунікації), по-друге, спрямовує ці взаємодії (комунікації) на трансформацію соціальної структури суспільства й підсилює реальність завдяки своїм інструментам – сайтам, форумам, соціальним мережам.

Уже стає очевидним, що інформаційно-комунікаційні технології здатні впливати на структуру суспільних рухів і громадських співтовариств, у результаті чого вона стає більш горизонтальною й вільною від посередників [9, с. 37].

З погляду розвитку політичних процесів має значення демократична природа Інтернету, завдяки якій підвищується рівність представництва й політичні актори зрівнюються у своїх інформаційних можливостях. Цим можна пояснити успіх деяких радикальних партій на виборах, які без Інтернету навряд чи б його домоглися.

Завдяки видатному теоретикові інформаційного суспільства М. Кастельсу поняття «мережне співтовариство» стало популярним у науковому середовищі. Поява мережного співтовариства прямо пов'язана зі стрімким розвитком наукового прогресу й створенням нових технологічних можливостей. Сучасні вчені фіксують переваги мережного спілкування, а саме його здатність охопити більші маси людей, фрагментувати комунікацію, підлаштовуючи її під фізіологічні умови людського буття. С. Глазунова пише: «Завдяки фізичній локальності мережної комунікації, при її одночасній комунікаційній глобальності, формується реальне комунікаційне співтовариство» [3, с. 69]. В Інтернеті присутня значна кількість різних тематичних співтовариств, що дозволяє структурувати інтереси користувачів за групами, виходячи з їх соціальних, демографічних та інших характеристик.

Викладене нас підводить до питання: Що таке віртуальне політичне співтовариство? Український вчений В. Недбай сформулював визначення цього поняття, що, на його думку, становить сформовану стихійно або цілеспрямовано систему «постійних користувачів-співавторів політичного Інтернет-ресурсу, які за правилами даного ресурсу здійснюють інформаційний обмін на політичну тематику, що ведеться на основі раніше встановлених

норм, заборон і санкцій до порушників, використовуваних з метою підтримки й розвитку ресурсу» [10, с. 167].

Оцінюючи діяльність українських ЗМІ, доводиться визнати, що вона неоднозначна. Структура інформаційного простору України включає різноспрямовані потоки інформації – проурядові й опозиційні, які конкурують між собою. З погляду демократичних процесів інформаційний плюралізм є позитивним, оскільки кожний громадянин має можливість одержувати інформацію із різних джерел, які конкурують між собою. Що стосується змісту інформаційних потоків, то їх творці не соромляться ні в засобах, ні в методах, вносячи в душі людей сум'яття й нестабільність.

Так, на думку професора Донецького національного університету О. Стяжкіної, «саме українські ЗМІ створили «картинку» того, що нібито більшість населення Донбасу є прихильниками ДНР. Референдум про встановлення ДНР зробили ЗМІ, а не жителі», – відзначила вона. Кадри із чергами на псевдореферендумі О. Стяжкіна назвала «штучним перетворенням мовчазної більшості Донбасу в прихильників ДНР». «О 9 ранку перед ділянками дійсно утворилася черга, і це показали по українському телебаченню. Але вже до 12:00 там було по парі осіб на ділянці», – згадує письменниця. При цьому вона підкреслила, що місцеві активісти просили українські ЗМІ показати ділянки вдень, але у відповідь почули, що вибори вже відзняли [11].

Дійсний скандал розгорівся в інформаційно-політичному просторі України через те, що в новорічну ніч деякі телеканали, у тому числі й «Інтер», трансливали російські новорічні передачі. У даних передачах брали участь особи, які відкрито підтримують анексію Криму й війну Росії проти України. У зв'язку із цим глава СНБО Олександр Турчинов звернувся з офіційним листом до глави Нацради Ю. Артеменка, в якому просить позбавити ліцензії телеканал "Інтер", що бере участь в інформаційній війні й нехтує національними інтересами України. На думку глави СНБО, такі дії «Інтера» не сприяють консолідації українського суспільства навколо державного суверенітету й територіальної цілісності української держави, а також кривдять почуття більшості українських громадян [12].

Такі обвинувачення влади на свою адресу український канал «Інтер» сприйняв як «провокацію й політичний тиск на ЗМІ», про що було заявлено 1 січня 2015 р. на сайті телеканалу. Редакція телеканалу наполягає на тому, що дотримувалась українського законодавства при підготовці новорічного ефіру, що послугував приводом для вимог позбавити канал ліцензії [13].

Дана проблема, на наш погляд, має два виміри. Перший – моральний, другий – правовий. З моральної точки зору, звичайно ж, телеканал не повинен був трансливати виступи російських артистів, затятих прихильників політики Путіна. Все-таки повинна була спрацювати самоцензура в країні, що переживає військову агресію з боку Росії. Однак це було б можливо в тому випадку, якщо б на редакційну політику каналу не чинився тиск із боку власників. А щодо цього якраз і є сумніви. Таким чином, можна припустити, що телеканал все-таки став інформаційною зброєю однієї з політичних сил.

Із правової ж точки зору, на наш погляд, не було підстав для позбавлення каналу ліцензії. Такою підставою може стати закон, проект якого збирається подати у Верховну Раду міністр інформаційної політики України Юрій Стець. Даним законом передбачається накласти заборону на трансляцію на українському телебаченні виступів людей, які на державному рівні визнані персонами нон грата.

Внесок ЗМІ в забезпечення й збереження політичної стабільності буде значним у тому випадку, якщо їм вдасться перейти від маніпулятивної моделі до діалогової, інтерактивної моделі комунікації, стати ініціатором утвердження толерантної дискусії між владою й суспільством, всіма політичними силами про реальні проблеми, що хвилюють людей. ЗМІ повинні продемонструвати суспільству, що вони є його конструктивною частиною, орієнтованою на артикуляцію різних суспільних інтересів на принципах довіри й відкритості. Тільки так засобам масової інформації вдасться повернути втрачену довіру громадян.

На наш погляд, основне завдання українських ЗМІ в сучасних умовах полягає у тому, щоб забезпечити ефективний діалог влади й громадянського суспільства, закликати багатонаціональне суспільство до толерантності й об'єднання в ім'я процвітання кожного окремого громадянина й усієї України.

Використана література:

1. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь / Э. Гидденс. – М.: Весь мир, 2004. – 120 с.
2. Федотченко Ю.И. Социальные сети: вчера наступает сегодня / Ю.И. Федотченко // Реклама. Теория и практика. – 2010. - № 2. – С. 96-103.
3. Глазунова С. Нетократия – власть в информационном обществе / С. Глазунова // Власть. – 2012. – № 7. – С. 67-70.
4. Ильичева Ю.А. СМИ в мобилизационных технологиях: цели, функции и политические последствия : дис... канд. полит. наук : спец. 10.01.10 – журналистика / Юлия Александровна Ильичева. – Санкт-Петербург, 2014. – 196 с.
5. Воинов Д.А. Политические амбиции Интернета в России / Д.А. Воинов // Власть. – 2007. – № 2. – С. 88-91.
6. В 2013 году количество интернет-пользователей в Украине составило половину населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unian.net/society/846303>
7. Соколов А. Мобилизация в общественно-политических кампаниях / А. Соколов, А. Соловьева // Власть. – 2013. – № 11. – С. 55-58.
8. Луман Н. Общество как социальная система / Н. Луман. – М.: Логос, 2004. – 232 с.
9. Усачева О.А. Сети гражданской мобилизации / О.А. Усачева // Общественные науки и современность. – 2012. – № 6. – С. 35-42.
10. Недбай В.В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект: монографія / В.Н. Недбай. – Одеса: Фенікс, 2009. – 326 с.
11. Профессор из Донецка: молчаливое большинство Донбасса в сторонников "ДНР" превратили украинские СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://obozrevatel.com/politics/82907>
12. Турчинов просит лишить Интер лицензии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vkulake.com/6786-turchinov-prosit-lishit-inter-licenzii/>
13. Телеканал «Интер» обвинил власти в давлении на СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.facenews.ua/news/2015/259932/>

Семченко О.В. *Социальные сети как субъект формирования информационной политической повестки дня*

Рассмотрены социальные сети как субъект формирования информационной политической повестки дня. Исследованы виды политической активности в сетях. Обосновывается, что социальные сети с широкими возможностями способствуют развитию диалоговой модели политических коммуникаций. Показано, что социальные сети существенно реформировали методы активизации участников протестов, благодаря им социальные группы получили дополнительные возможности для осуществления политических практик.

Ключевые слова: социальные сети, политическая активность, информационная повестка дня, Интернет.

Semchenko O. *Social networking as the subject of the information on the political agenda*

Considered social networks as a subject of formation of information on the agenda. Investigated types of political activity on the network. It is proved that social networks with an opportunity to actively promote the development of interactive communication model of political

communication. Social networks significantly reformed methods activation protesters. Thanks to social networks for social groups became possible to carry out political practices.

Keywords: social networks, political activity, information agenda, the Internet.

УДК 316.77

Шиманова О. В.

КРИТЕРІЇ ТИПОЛОГІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ В ПОЛІТИЦІ

В даній статті визначено базові критерії типологізації комунікативних стратегій в політиці, а саме сторони комунікації, мета, контекст дії, засоби, канали та інструменти впливу, зміст повідомлень, очікувані результати. Найпоширенішими в політиці є презентаційні, маніпуляційні та конвенціональні комунікативні стратегії, що були виокремлені на основі критеріїв відкритості, симетрії та способу комунікації. Презентаційні стратегії допускають пасивне сприйняття послання цільовою аудиторією, маніпуляційні – неможливі без активної реакції на повідомлення, конвенціональні – вимагають налагодження діалогу між сторонами комунікації. Поділ стратегій на головні та допоміжні обумовлений цілями та мотивами комунікатора.

Ключові слова: політична комунікація, комунікативна стратегія, маніпуляційна стратегія, конвенціональна стратегія, презентаційна стратегія.

Ефективність комунікації в політиці визначається плануванням діяльності відправника інформації, тобто правильним вибором комунікативних стратегій. Незважаючи на існування універсальних комунікативних стратегій, політична сфера суспільства пов'язана з необхідністю використання спеціалізованих стратегічних інструментів комунікації, які постійно удосконалюються і адаптуються до вимог часу, цивілізаційного і суспільного розвитку.

Метою даної статті є визначення основних критеріїв типологізації комунікативних стратегій в політиці.

Особливу увагу на визначення типів комунікативних стратегій в різних сферах суспільного життя, зокрема в політиці, звертали М. Абисова, Т. ван Дейк, О. Іссерс, Г. Філаткіна, О. Яценкова, М. Кольчинські.

Поняття «комунікативна стратегія» є дуже об'ємним, а тому потребує виокремлення базових критеріїв типологізації ефективних стратегій комунікації саме в політиці. Відсутність комплексного дослідження з даної проблематики спонукала до вивчення та аналізу даної проблематики.

Політичну комунікацію можна віднести до особливого типу комунікації. Це процес, що відбувається між двома і більше сторонами (до яких відносять виборців, громадян, формальні і неформальні групи, об'єднання громадян, громадські організації, об'єднання і рухи, політичні партії, лобістські структури, органи державної влади і місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні і міжнародні організації), між якими існують суб'єктно-суб'єктні відносини. При цьому одна з сторін обов'язково виступає ініціатором передачі повідомлень, що містять політичну чи політично значиму інформацію, з використанням засобів масової інформації, формальних і неформальних каналів для досягнення певних політичних цілей і результатів.

Існує загальна і спеціальна класифікація політичної комунікації. Загальна класифікація застосовується до всіх видів комунікації і базується на таких критеріях: спрямованість, наявність субординації між сторонами комунікації, напрямок руху інформації, кількість сторін, використання знакової чи кодової системи, мета.

Спеціальна класифікація зумовлена особливими характеристиками політичної комунікації: предметом, типом сторін, періодом часу.