

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА**

**КРЕМЕНЬ Тетяна Василівна**

УДК 323.15:94 (477)

**ПОЛІТИЧНА МОБІЛІЗАЦІЯ У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА**

23.00.03 – політична культура та ідеологія

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
доктора політичних наук

Київ–2014

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі політології Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України.

**Науковий консультант** – доктор політичних наук, професор  
**Шульга Марина Андріївна**,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
професор кафедри державного управління.

**Офіційні опоненти:** доктор політичних наук, професор  
**Бebик Валерій Михайлович**,  
Інститут права та суспільних відносин  
Університету «Україна»,  
завідувач кафедри глобалістики, політології та  
соціальних комунікацій;

доктор політичних наук,  
старший науковий співробітник  
**Розумний Максим Миколайович**,  
Національний інститут стратегічних досліджень,  
завідувач відділу політичних стратегій;

доктор політичних наук, старший науковий  
співробітник  
**Даниленко Сергій Іванович**,  
Інститут міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка,  
викладач кафедри міжнародних медіакомунікацій  
та комунікативних технологій.

Захист відбудеться «б» листопада 2014 року о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.12 Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розісланий «б» жовтня 2014 року.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради

О.Я. Волянчук

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність дослідження.** Глобальні трансформації сучасності здійснюють визначальний вплив не лише на розвиток сфери соціальних і культурних відносин, а й на політичну ситуацію у світі. Важливою складовою політичного процесу є символічні інституції, в тому числі і демократичні. Останні не народжуються спонтанно, як логічний наслідок споглядання або рефлексії, а встановлюються історично, на основі завойованих, організаційно стверджених свобод. Утворені демократичні ініціативи породжують динамізм політичного життя, у якому особливе місце належить проблемі «політичної мобільності». Вона пов'язана з активною участю громадян у реалізації стратегічних та поточних цілей соціально-політичних систем і цивілізаційного процесу загалом.

Нині неможливо уявити соціум без понять «демократія», «свобода слова», «права людини», «опозиція», «вільні вибори» тощо, в яких міститься система власне демократичних цінностей, що утворюють усталену, виважену, когерентну громадсько-політичну інституційну мережу сучасних розвинених суспільств. Актуальність пропонованої проблеми обумовлена також подальшим розвитком інформаційного світу, в просторі якого політична взаємодія здійснюється через процес її символічної репрезентації. Водночас у ситуації постмодерного інтелектуалізму сформувалося індиферентне ставлення до найважливіших завдань соціополітичного життя та долі окремої людини, її перспектив на майбутнє. За авторитарною практикою усунення індивідів від політики нерідко приховуються соціальні, економічні та політичні інтереси корпоративної еліти. Під загрозою опинилися основні демократичні свободи. У цих умовах політична мобілізація реалізується за принципом мінус-мобілізації, що спричиняє масове поширення соціополітичної апатії та аномії.

Складності сучасній ситуації, яка є проявом глобальної тенденції самоізоляції індивіда, додають масові медіа, котрі помітно зменшують обсяги та якість соціальної інформації. У цьому аспекті особливої уваги заслуговує проблема політичної активності громадян в Інтернеті, який значно розширив коло можливостей для пошуку та поширення політичної інформації по експоненті, і, разом з тим, знизив трансакційні витрати на політичну участь. Суперечливою є й політична активність індивідів у соціальних мережах, що, з одного боку, складає враження повсюдної, сприяє підвищенню самооцінки її учасників та викликає великі сподівання, а з іншого – не має значного впливу на політичні процеси. Нагальним постає завдання дослідити основні напрямки і аспекти політичної мобілізації у контексті впливу соціальних медіа на її формування.

Проблема «політичної мобілізації» в контексті політичної філософії, політології, соціології досліджувалася передусім західноєвропейськими і американськими вченими, серед яких можна виокремити Р. Айреса, Г. Алмонда, А. Барбера, Б. Берелсона, Б. Бімбера, Г. Бреді, П. Лазерфелда, В. Макффі, Р. Норріса, Р. Патнема, С. Хантінгтона, М. Хіндмена, А. Хіршмана та ін. Особливості «суб'єкта» і «об'єкта» політичної мобілізації у контексті «мінус-мобілізації» окреслені у роботах А. Бадью, А. Етціоні, О. Кірхаймера, Д. Марш, Е. Ноель-Нейман, В. Пауела, Д. Розенау, М. Селігмена та ін. Протестні рухи та їх різновиди на практиці різних країн досліджують Г. Блюмер, Л. Герлах, Д. Годвін, Д. Големан, Р. Далтон, С. Левіс, М. Ліхбах, П. Олівер, М. Олсон, Н. Томас, С. Хаггарт, В. Хайнс, С. Хендрікс, М. Яспер та ін. Механізми політичної мобілізації розробляють Г. Дебор, Б. Берелсон, І. Джейніс, А. Кемпбел, У. Ліпман, Ю. Левада, Д. Маркус, Р. Нейманн, Р. Ньюман, Р. Петті та ін. Проблему ролі соціальних медіа у політичних процесах аналізують Ш. Айєнгар, Х. Альбрехт, Д. Бламер, Г. Бреді, Н. Габлер, Л. Герлах, І. Гофман, М. Грановетер, П. Дальгрєн, М. Джексон, Г. Джемісон, К. Дотріх, Р. Ентман, Д. Капела, А. Колдінг-Йоргенсен, К. та Г. Ленги, Д. Майєрс, Н. Постмен, В. Хайн, К. Шірки, О. Шлумбергер, В. Шульц та ін.

У вітчизняній політичній думці проблему «політичної мобілізації» та дотичні до неї питання вивчають В. Бебик, І. Бєлаусова, М. Головатий, Є. Головаха, В. Головченко, С. Даниленко, О. Зєрнецька, О. Картунов, Л. Нагорна, О. Резнік, М. Розумний, В. Степаненко, О. Ткач, М. Шульга, В. Цвих та ін.

Незважаючи на те, що феномен «політичної мобілізації» широко висвітлений у науковій літературі, невирішеними залишаються питання мобілізуючого потенціалу соціальних медіа в поліфонії процесів політичного життя, що й визначає актуальність цього дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Робота виконана у межах комплексної наукової програми Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Модернізація суспільного розвитку України в умовах світових процесів глобалізації» та науково-дослідної теми філософського факультету 11БФ041-01 «Філософсько-світоглядні та політологічні аспекти гуманітарного розвитку сучасного суспільства». Тема дисертації затверджена на засіданні Вченої ради Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 7 від 28 лютого 2011 року).

**Мета дисертаційного дослідження** – визначити основні параметри політичної мобілізації як інтегративної основи формування принципів, способів і методів активізації участі населення в демократичних процесах сучасного інформаційного світу. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких основних завдань:

- визначити головні теоретико-методологічні засади вивчення проблеми політичної мобілізації в контексті сучасних наукових дискурсів;
- проаналізувати процеси розвитку політичного життя в ситуації динаміки глобальних змін у новій соціокультурній реальності – інформаційному світі;
- дослідити структуру феномену політичної мобілізації в класифікації її основних видів, механізмів і рухів;
- виявити змістовні компоненти поняття «мінус-мобілізації» в різних типах суспільств і державних утворень;
- з'ясувати сутність потенціалу соціальних медіа як інструменту активізації політичної мобілізації;
- охарактеризувати функціональність політичної мобілізації в суспільствах усталених демократій;
- розглянути форми політичної мобілізації в країнах, що розвиваються, у контексті впливу їх соціокультурних традицій;
- охарактеризувати досвід соціомедійного забезпечення політичної мобілізації у пострадянських країнах як способу посилення політичної апатії;
- дослідити основні форми політичної мобілізації та її особливості у сучасній Україні.

**Об'єктом дослідження** є політична свідомість та політична поведінка у новій соціокультурній реальності – інформаційному світі.

**Предметом дослідження** є політична мобілізація у контексті соціальних медіа.

**Методологія дослідження.** Враховуючи мету, завдання, особливості об'єкта і предмета дисертаційної роботи, в якості її методологічної основи визначено комплексне використання сукупності загальних принципів, наукових підходів, загальнофілософських, загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання в просторі сучасності.

Дисертаційне дослідження спирається на такі методологічні підходи як історичний (вивчення виникнення і розвитку явища політичної мобілізації, що дало змогу ретроспективно простежити специфіку й динаміку розвитку процесів політичної мобілізації в генезі громадянського суспільства, її причинну обумовленість в соціальній структурі та політичній діяльності.); логічний (аналіз об'єктивних закономірностей виникнення, розвитку та функціонування політичної мобілізації, що відображає головні риси її історичної еволюції, які виражаються і відновлюються у шляхах її здійснення); герменевтичний (використання принципів і способів тлумачення, інтерпретації змісту, функцій політичної мобілізації, що склалися у філософській та політичній науках); аксіологічний (осмислення ціннісних засад суспільства, їх співвіднесення з цінностями, якими визначаються норми і цілі поведінки учасників політичного процесу; цей методологічний підхід спрямував автора на аналіз взаємозв'язку теоретичного та праксеологічного аспектів феномена

політичної мобілізації, визначення її особливостей в сучасних реаліях); гуманістичний (аналіз політичних явищ на основі визнання людини, її природних прав, свобод та інтересів найвищою соціальною цінністю, розвиток якої є метою, а не засобом соціального розвитку); комплексний (дослідження політичної мобілізації як цілісного явища, її різноманітних складових і умов, що визначаються засобами інтеграції методів різних наук).

Завдяки принципу об'єктивності було проаналізовано основні тенденції розвитку феномену політичної мобілізації та її видів в конкретному соціокультурному просторі, зокрема в межах українського суспільства. Механізм функціонування політичної мобілізації висвітлено за допомогою концептуального підходу, заснованого на єдності дискретного і континуального, розвитку і відбору в політичних процесах. Порівняльний аналіз сприяв виявленню сучасного стану і базових елементів понятійно-категоріального апарату проблеми політичної мобілізації в умовах інформаційного світу. Принцип системності дав можливість узагальнити існуюче знання та розуміння поставленої проблеми політичної мобілізації в контексті впливу на її формування соціальних медіа. Дотримання принципу плюралізму сприяло всебічному висвітленню всіх аспектів активних політичних процесів, особливо у визначенні їх наслідків у різних регіонах світу.

Застосування логіко-семантичного і прогностичного підходів сприяли комплексному аналізу смислових кодів політичної мобілізації в соціально-медійному вимірі. Цілісну картину прояву політичної мобілізації в поліфонії глобального світу окреслено за допомогою структурно-функціонального підходу. Використання методології постнекласичного аналізу та синергетики створило умови для відображення динаміки самоорганізації політичної активності в розвинених демократичних спільнотах, що має важливе значення для розвитку політичної активності мас в Україні. Антропологічний та феноменологічний методи було використано для вивчення дій індивідів та соціальних груп у політичних рухах і процесах «мінус-мобілізації», зумовлених як людською природою, персональними якостями, рисами характеру, так і ментальними та етно-культурними особливостями, соціально-політичною залежністю тощо. Застосування міждисциплінарного підходу в контексті політології, культурології, соціальної філософії, історії, при залученні теоретичних дискурсів сучасного «інформаціоналізму» дало змогу дослідити соціомедійне забезпечення політичної мобілізації в пострадянських країнах, зокрема при вивченні політичного досвіду сучасної української держави.

**Наукова новизна одержаних результатів.** У дисертаційній роботі здійснено комплексне дослідження феномену політичної мобілізації в контексті потенціалу соціальних медіа на засадах сучасних теоретичних рефлексій, а також з'ясовано особливості «мінус-мобілізації» в соціально-політичному

досвіді країн з різними соціокультурними і демократичними традиціями. Наукова новизна дисертаційного дослідження конкретизована в наступних положеннях, які виносяться на захист.

***Уперше:***

- концептуалізовано проблему політичної мобілізації у структурному вимірі класифікації її видів за змістом, характером та емоційним наповненням інформаційного повідомлення; у контексті цих факторів виокремлено та обґрунтовано політичну мобілізацію «широкого спектру», а також «фокусну», «позитивну», «негативну», «авторитарну», «горизонтальну» мобілізації та grass-roots (вплив маси на політичні еліти);

- розроблено нову теоретико-політичну концепцію мобілізуючого потенціалу соціальних медіа в комунікативному просторі сучасних політичних процесів; визначено структурні складові соціальних медіа як інструменту політичної мобілізації в інформаційному світі глобальних трансформацій.

- визначено політичну мобілізацію в якості пріоритету сучасної політичної теорії, оскільки ситуація постмодерного плюралізму, ствердивши «свободу різноманітностей» в демократичних суспільствах, обумовила пасивне ставлення до актуальних проблем соціополітичного життя держави та окремого індивіда; у науковий простір політичного знання пропонується поняття суб'єкта і об'єкта політичної мобілізації, що дало змогу всебічно проаналізувати та узагальнити специфіку й особливості здійснення політичних процесів, визначити головні аспекти їх взаємодії в політичній системі суспільства;

- здійснено аналіз поняття «мінус-мобілізації» як умови політичного абсентеїзму, наслідком якого є зростання політичної апатії потенційних виборців; предметно охарактеризовано зміст і сутність явища «мінус-мобілізації» у взаємодії з мас-медійними засобами як умови симуляції політичних процесів; що утворює альтернативну політичну реальність, побудовану на системі стереотипних уявлень масової свідомості; показано, що політична мінус-мобілізація характерна для суспільств, котрі розвиваються в умовах дефіциту соціальних, культурних, фінансових, інтелектуальних, енергійних, зовнішньополітичних та інших ресурсів, які визначають можливості та перспективи їх політичного розвитку;

***Набули подальшого розвитку:***

- визначення поняття «протестної мобілізації», що виступає alter ego «мінус-мобілізації», яка відбувається за умови втрати суспільством надії на майбутнє, виникнення відчуття депривації; розкрито роль протестної мобілізації, яка полягає в побудові тимчасової колективної ідентичності й наданні індивіду усвідомлення повноти буття в результаті залучення до політичного процесу;

- модель «негативної мобілізації» (мобілізації «проти»), котра успішно імплементується на пострадянському просторі, громадяни якого відчувають

серйозні загрози своїм цінностям; показано, що політичні еліти в ряді таких країн проводять послідовну «мінус-мобілізацію», яка полягає у відокремленні суспільства від політичних процесів, заохочення його до апатії, відчуження людей від влади;

- положення, що соціальні медіа в державах авторитарних, де доступ до Інтернет-мережі має обмежена кількість освічених людей, що вірогідніше виступають засобом демократизації та політичної «плюс-мобілізації», оскільки ними користуються схильні до інновацій громадяни, в тому числі і в політичній сфері;

- концепція сучасного «індивідуалізованого суспільства», в якому поширення діяльності соціальних медіа формує відчуття колективності в ширших масштабах та на вищому інтелектуальному рівні; в умовах сьогодення соціальні медіа утворюють колективність нового типу, яка змінює індивідуалізм і сприяє становленню значно досконалішої, адекватної вимогам сучасності політичній мобілізації.

***Поглиблено:***

- уявлення про механізм політичної мобілізації, який складається із взаємодії трьох основних факторів: довіри агента мобілізації, емоційного наповнення, каналів комунікації;

- сутність методології політичного фандрайзингу, що виступає інструментом розширення політичної участі індивідів в країнах розвинених демократій;

- розуміння процесів подолання політичної апатії населення та більш активному залученні його до активної участі в соціополітичному житті суспільства в ситуації розширення дії впливу соціальних медіа;

- концепцію діяльності соціальних медіа як інструменту створення нового інформаційного дискурсу в сприянні побудови національної колективної ідентичності, що постає засобом ефективного політичного протесту проти недемократичних режимів;

- поняття «смыслового виміру» політичної мобілізації в Україні, політичні еліти якої традиційно шукають нові форми активності громадян; їх побудова на емоційному чиннику посилює динаміку політичних трансформацій в суспільстві.

**Практичне значення одержаних результатів** зумовлене науковою новизною і полягає в тому, що систематизовані в дисертації матеріали, теоретичні висновки, концепції й узагальнення сприяють розширенню можливостей для подальшого дослідження проблеми політичної мобілізації у вимірах інформаційної епохи. Сучасна політична мобілізація реалізує свої тренди через вплив соціальних мас-медіа, активізуючи участь громадян у глобальних й національних політичних процесах. Насамперед це стосується положень, що поглиблюють усвідомлення важливості в суспільстві здійснення



програм політичної мобілізації громадян. Їх реалізація дозволяє політичним акторам залучати населення до активної участі в політичному процесі, а індивіду – бути безпосереднім учасником політичної системи, формуючи і проводячи в життя нові зразки політичної поведінки.

Розуміння сутності процесів політичної мобілізації дозволяє залучати представників всіх верств суспільства для подальшої розбудови демократичних засад української держави, яка йде по шляху європейського вибору. Отримані результати можуть бути використані при виробленні нових концепцій політичної системи, громадянського суспільства в Україні, для вдосконалення політико-правової бази системи соціо-культурних відносин у контексті інформаційного універсаму, в ресурсах соціальних медіа, у практичній діяльності державних установ, органів місцевого самоврядування, громадських об'єднань, наукових спільнот, культурних та освітніх організацій!

Матеріали дослідження, апробовані дисертанткою під час проведення занять із політології в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка та навчальних закладах Національної Академії педагогічних наук України, можуть бути використані у ході підготовки лекційних і семінарських занять для студентів вищих навчальних закладів, спецкурсів з політології, політичного менеджменту, історії політики, суспільно-політичних рухів, а також при написанні робіт з означеної тематики, науково-популярних видань, узагальнюючих теоретичних статей у засобах масової інформації, відповідних розділів праць з політології, історії України, права, політичної філософії та інших галузей соціально-гуманітарного знання.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення та висновки дисертації обговорювалися на кафедрі політології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Важливі для роботи узагальнення були оприлюднені під час участі автора в міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях: «Дні науки філософського факультету» (Київ, 2011, 2012, 2013); Міжнародній науково-практичній конференції «Людина в модифікаціях інформаційного світу: синергетичний аспект» (Київ, 2012); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Творчість як спосіб пізнання дійсності: синергетична парадигма» (Київ, 2013); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Евристичний потенціал мислення людини в інформаційному світі» (Київ, 2013); Міжнародній конференції «Фундаментальные и прикладные исследования: новое слово в науке» (Москва, 2013); XXVIII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история» (Новосібірськ, 2013); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Освіта: творчий процес чи соціальна технологія» (Київ, 2014); III Міжнародній науково-практичній конференції «Наукова еліта у розвитку держави» (Київ, 2014). Положення

роботи були використанні під час підготовки навчально-методичної програми з медіа-освіти Інститутом соціальної і політичної психології.

**Публікації.** Основні наукові результати дисертації відображено у 27 наукових працях, серед яких одноосібна монографія (18,22 ум. д. а.), 13 публікацій у фахових виданнях України з політичних наук, 9 – у іноземних наукових виданнях, а також тези наукових конференцій та інші видання.

**Структура і обсяг дисертації** зумовлені метою, завданням і логікою дослідження. Дисертація складається зі вступу, п'яти розділів, поділених на чотирнадцять підрозділів, висновків та переліку використаних джерел (335 позицій). Загальний обсяг роботи становить 381 сторінку, з них – 350 сторінок основного тексту.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ**

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету і головні завдання дослідження, визначено об'єкт, предмет, методологічні засади, розкрито ступінь наукової розробленості теми, висвітлено наукову новизну, теоретичне і практичне значення роботи, представлено відомості про апробацію її результатів, публікації та структуру дисертації.

У **першому розділі** – **«Теоретико-методологічні засади дослідження сутності політичної мобілізації в контексті сучасності»** – визначено основні наукові підстави аналізу параметрів сучасності, в інформаційному просторі якої формується політична сфера життя суспільства та людини, актуалізуються основні проблеми і виклики глобального світу.

У **підрозділі 1.1** – **«Дискурс «сучасності» у вимірах політичної культури мислення»** – акцентується увага на проблемі свободи, яка визначає всі аспекти політичного життя соціуму як в минулому, так і сьогодні. Якщо вищими цінностями культури, вказано в дисертації, виступають такі абстрактні категорії, як «істина», «добро», «краса», то для політичного життя суспільства головними цінностями виступають «демократія», «закон», «права людини», і, звичайно, свобода – «свобода слова», «свобода волевиявлення», «свобода зібрання» тощо. Підкреслюється, що свобода – єдина умова адекватного сприйняття і осягнення реальності, остаточна реалізація внутрішньої гармонії індивіда і найвищий вираз подолання його «Его», що відтворює єдність зовнішньої і внутрішньої реальності. На шляху до свободи долаються самозвані крайнощі як індивідуалізму, так і колективізму, що применшують або звеличують існування людини. Свобода є головним стимулом боротьби за політичні і демократичні ідеали, результатом якої є становлення нових, в тому числі політичних інститутів сучасності, актуалізованих в політичному мисленні.

У дисертації особлива увага зосереджується на співмірності сучасності і модернізації, що обумовлює поліфонічну складність політичного процесу. У трактуванні розвитку політичних систем сучасності на перший план виходить проблема їх становлення та зміни – і в аспекті формування якості життя суспільства, і в аспекті системного оформлення політичних зв'язків людської спільноти. Їх специфіка сьогодні обумовлюється наявністю нової соціокультурної реальності, онтологію якої складають «інформація» та «знання», що в свою чергу проблематизують політичні трансформації в динаміці соціального життя, його відкритість і непередбачуваність. Таку ситуацію названо «турбуленцією», або турбулентним станом, складність, високий динамізм, прискорення темпів якого породжені інформаційно-телекомунікаційною революцією. Її феномени, процеси і тенденції проявили себе в найбільш відчутних сферах життя людей – економіці, культурі, політиці. Їх живильною енергією виступають інформаційні технології, які стали базою для широкомасштабного розвитку електронних засобів масової інформації та соціальних медіа. В своїй єдності вони утворюють єдиний інформаційний простір, у якому здійснюється соціополітичний розвиток.

У підрозділі 1.2 – *«Інформаційно-медійні технології в амбівалентності соціополітичного простору»* – зазначається, що в умовах глобалізації найважливішим фактором змін політичної, а разом з нею соціальної та культурної сфер життя людини виступають сучасні інформаційні технології. Перетворившись в повсякденну реальність сучасної людини, вони відкривають нові соціополітичні та культурні перспективи її розвитку. Разом з тим, впливаючи на рефлексивні структури свідомості, сучасні інформаційні технології змінюють її, в результаті чого відбувається перетворення механізмів традиційної самоідентифікації. Інформаційні технології, оприявлені в розмаїтості засобів масової інформації і соціальних медіа, утворюють «символічні універсуми», стосовно яких здійснюється постійна експансія з боку різних форм політичної та культурної уніфікації «символічного насилля» (П. Бурдье), що набуло статусу фактору становлення демократії. Соціальні медіа в даній ситуації розставляють акценти, розподіляють пріоритети і визначають напрямки. Легітимація «символічного насилля» через вплив соціальних медіа обумовлює ефективність політичної діяльності в поліфонії форм, методів та соціополітичних інструментів.

Специфічною рисою символічного домінування є породження феноменів, які змінюють смисл ліберально-раціональних європейських цінностей – від технологій маніпулювання політичною свідомістю до перетворення самої ідеї раціональної організації соціально-політичного життя. Проте якісна відмінність сучасного «інформаційного світу» від «Галактики Гутенберга» не у віртуалізації свідомості і маніпуляції нею, а в створенні сфери діяльності, яка постійно генерує в комунікативних структурах суспільства зміни в політиці,

культури, економіці, соціальності, у силу чого утворюється нова система соціальної і політичної реальності – складна, нестабільна, нелінійна, відкрита, здатна до постійної самоорганізації, оприявленням якої виступає політична мобілізація, один з найважливіших способів активності особистості в боротьбі за демократію.

У дисертації відстежується, як в просторі впливів інформаційних технологій – засобів масової інформації, електронних та інших медійних ресурсів виникає, поряд з іншими, когнітивна наука. Її головне завдання полягає в дослідженні феномену знання в його різних аспектах. Використання інформаційних технологій відкриває нові можливості для вивчення способів формування сучасного мислення, зокрема в політичній діяльності, емоційного і когнітивного розвитку загалом. Нове політичне мислення перетворює індивіда в своєрідного політичного експерта, здатного вибирати потрібну інформацію, одержувати знання про свій політичний вибір, що актуалізує необхідність політичної активності.

У другому розділі – **«Поняття і проблема «політичної мобілізації» в політології: зміст і структура»** – з'ясовано основні теоретичні підходи до визначення сутності політичної мобілізації, аналізується феномен «мінус-мобілізації», що проявляється у зростанні політичної апатії суспільства, відмові брати участь в політичних процесах, здійснено класифікацію її видів, показано механізми реалізації в політичній діяльності.

У підрозділі 2.1 – *«Політична мобілізація в теоретичних рефлексіях соціальної та політичної філософії»* – розглядаються нові політологічні дискурси, серед яких особливе місце належить проблемі «політичної мобілізації». Вона визначається як процес заохочення населення до участі в політичній діяльності, що не завжди дорівнює політичній активності. З погляду класичної політичної науки, політична мобілізація є необхідною умовою існування будь-якого суспільства, оскільки рівень його стабільності безпосередньо залежить від рівня соціальної активності. Політична мобілізація пасивних, аполітичних верств населення є запорукою демократичних перетворень суспільства, його поступу по шляху прогресу.

Незалежно від конкретного завдання – підвищення політичної активності громадян або збереження їх у пасивному стані, політична мобілізація, яку проводять політичні актори, має на меті перетворити спільноту на частину політичного процесу, зробити кожну людину активним діячем політичної системи, створити умови для реалізації її творчого потенціалу.

Продуктивність кожного дослідження, підкреслюється в роботі, зумовлена визначенням змістовності його об'єкта і суб'єкта. Від їх конструктивної взаємодії залежать напрями розвитку соціальної, політичної, культурної, економічної діяльності. Об'єктом політичної мобілізації можна вважати як

окремих індивідів, так і населення всієї держави, а також різні суспільно-політичні та громадські угруповання. Об'єкт мобілізації вступає в соціальні взаємовідносини із суб'єктом мобілізації. Залежно від ступеня участі об'єкти політичної мобілізації поділяються на «масову громадськість» і «мобілізовану громадськість». На основі класифікації, запропонованої Д. Розенау, запропоновано типологію об'єктів мобілізації за такими характеристиками: постійно висока політична активність; епізодична участь в політиці (електоральна поведінка); прояв певного інтересу до політики (вербальна політична поведінка); байдужість, аполітичність, апатія, негативне ставлення до можливої власної участі в політиці; неортодоксальна політична поведінка.

До суб'єктів політичної мобілізації, зважаючи на фактор об'єму та наявності ресурсів влади, дисертантка відносить: держави та міждержавні об'єднання; неасоціативні об'єднання, тобто угруповання людей, які взаємопов'язані існуючими неформальними зв'язками, без організаційної структури; асоціативні об'єднання, тобто легально оформлені угруповання, які мають організаційну структуру та певний адміністративний апарат; інституційні угруповання, які існують усередині формальних структур соціально-політичних інститутів; окремі індивіди, якими є частіше всього лідери суспільної думки, моральні авторитети, медійні особи, публічні персони тощо. Проте в кожному випадку суб'єкти мобілізації повинні володіти певним ресурсом влади для впливу на об'єкти мобілізації. Разом з тим поширення нових інформаційних технологій, вплив соціальних медіа знизили «пори́г» трансакційних затрат на здійснення процесу мобілізації, що значно збільшило можливості окремих індивідів як суб'єктів мобілізації.

*Підрозділ 2.2 – «Мінус-мобілізація, її специфіка і причини»* – розкриває сутність політичної мобілізації як процесу переведення латентної опозиції в маніфестовану форму, а також політичної «мінус-мобілізації», тобто деполітизації, яка дає зворотній ефект до мобілізації. Результатом «мінус-мобілізації» є зростання політичної апатії потенційних виборців, поширення байдужого ставлення до політичної діяльності. Такий тип мобілізації використовується в авторитарних суспільствах і виконує два завдання: з одного боку, позбутися конфліктів і «придушити» опозицію, з іншого – забезпечити мінімальну згоду населення з політикою держави.

Формуванню «мінус-мобілізації», вказується в дослідженні, сприяє розкол і радикалізація суспільства, коли різним соціальним групам усе складніше знайти спільну мову. Політична «мінус-мобілізація», як правило, свідчить про певну незрілість, інфантильність суспільства, низький рівень політичної культури. Вона є проявом соціально-психологічного синдрому «від свободи та відповідальності» (Е. Фромм). Політична «мінус-мобілізація» характерна для суспільств мобілізаційного типу. У суспільствах такого типу часто декларується

політичний плюралізм, тому реальні відносини політичної підтримки та довіри будуються навколо однієї осі – влада та народ. Важливим аспектом розуміння «мінус-мобілізації» є підтвердженням «теорії еліт», згідно з якою державою керують не маси, а політичні еліти, яким маси делегують владні повноваження. Втім у демократичних державах еліти, як правило, зберігають демократичні цінності і забезпечують відносно дотримання прав соціальних груп (маси).

Політична апатія, зазначається в роботі, вибудовується у концепцію «медійного нездужання» і пояснюється цинізмом мас-медіа. При цьому вони можуть лише симулювати те, що відбувається в політиці, оскільки вибирають певні аспекти реальності і роблять їх більш помітними в комунікативному контексті, популяризуючи при цьому відповідне трактування та інтерпретацію проблеми. Розгляд генези поняття «медійного нездужання» показує, що його головний посил полягає в обґрунтуванні позиції, згідно з якою процеси політичної комунікації мають значний вплив на залучення громадян до політичної активності, причому цей вплив має негативний контекст.

Акцентується увага на взаємозв'язку політичної апатії та нової інформаційної індустрії, що показує себе на прикладі структурних змін у мас-медіа. Зростаюча конкурентна боротьба за споживачів інформації збільшила тиск на традиційні новинні стандарти, призводячи до таблоїдизації або одержання інформації в якості розваги. У результаті політичні новини подаються через призму скандалу, сенсації або конфлікту, що підриває форми довіри, які живлять соціальні відносини й політичну владу. Поширеними є думки про те, що Інтернет допоможе уникнути цих проблем, або протилежні позиції про те, що соціальні медіа, навпаки, посилять політичну нерівність. Частина авторів звинувачують медіа в «наркотизації» громадян, які займають пасивну позицію і все менше довіряють політичним інституціям, стаючи розчарованими в демократії. Все це приводить до негативних оцінок мас-медіа як глобальної інформаційної зброї, яка спрямована на втягування людей у систему запрограмованої поведінки.

Окрім того, відповідна ситуація зумовлена заміною громадського телебачення комерційними телеканалами, що негативно вплинуло на якість та розмаїття програм, збіднило соціально-політичну сферу. З появою розважальних телеканалів контент телевізійного продукту змінився в бік переважання «легкої», а не політичної продукції. Зауважимо, що частина дослідників пов'язує проблеми політичної комунікації тільки з практикою професійного маркетингу. Його піднесення пояснюють як фактор зростаючого суспільного цинізму стосовно політичних лідерів і політичних інститутів.

Ознаками концепції «медійного нездужання» визначено наступні тенденції: економічний тиск на новинну індустрію, ерозія громадського телебачення, поява фрагментованого телевізійного середовища; формування

більш загальної природи новинної культури; залучення спеціалістів із політичного маркетингу, що знижує рівень персональних контактів між громадянами та їхніми представниками. Прихильники теорії «політичної мобілізації» вважають, що мас-медіа, які широко висвітлюють суспільні процеси, є спонукальною причиною для активної участі громадян у виборах та інших політичних процесах. Ті, хто дотримується теорії «медійного нездужання», вважають, що концентрація уваги комерційних мас-медіа на скандальному аспекті політичних новин призводить до ерозії форми довіри. У свою чергу низький рівень суспільної довіри значно ускладнює завдання політичної мобілізації.

У підрозділі 2.3 – «Класифікація видів і механізми політичної мобілізації» – для поглиблення розуміння політичної мобілізації реалізовано методологічний аналіз її видів і її структури. Політична мобілізація може проводитися за принципом catch-all, або принципом «широкого спектра»; за принципом clients (визначається як фокусна мобілізація), що спрямована на конкретні соціальні групи і повинна викликати в них певну емоційну реакцію – позитивну, негативну, конфліктну. Перша будується навколо потенціалу, який несуть позитивні емоції. Базою конфліктної мобілізації є потенціал соціальних конфліктів. Негативна мобілізація заснована на відсутності віри в майбутнє, певних спільних цілей, у силу чого, як правило, має частковий, спорадичний характер. Розрізняють також «авторитарну» та «загальну» мобілізації, які визначають за соціокультурним контекстом політичної системи. До «вертикальної» зараховують мобілізацію, яку здійснюють еліти щодо мас; «горизонтальна» передбачає мобілізацію знизу, коли маси мобілізуються заради впливу на політичні еліти.

Особлива увага в роботі акцентується на проблемі мобілізації протестних рухів. Протест як форма висловлення незадоволення існуючим політичним порядком є складовим елементом політичних процесів. В авторитарній системі завдання координації та управління громадським протестом є набагато складнішим. Головний виклик полягає у відсутності в громадян авторитарної держави можливостей вільно й відкрито організовуватися, використовувати традиційні мас-медіа для поширення своїх ідей. У свою чергу їхня активність приводить до ризиків, оскільки авторитарний режим знеособлює будь-які інструменти для придушення протесту. В якості політичної дії протест може бути мобілізований при умові створення нової колективної ідентичності, соціалізації акцій протесту. Дана обставина змушує індивідів діяти, відчувати й думати інакше, ніж в ситуації ізоляції відокремлення один від одного. Тобто масові протести індивідів поєднують певну соціальну групу в ту чи іншу цілісність і стають фактором мобілізації.

Політична мобілізація є, по суті, актом переконання, який суб'єкт мобілізації здійснює стосовно об'єкта, що провокує певну реакцію та зміну їхньої політичної активності на плюсову чи від'ємну. Така ситуація обумовлює необхідність розгляду складових механізму політичної мобілізації. Важливим елементом вказаного механізму є рівень довіри, що означає погодження одне з одним нормативних очікувань індивіда щодо різних інституцій, до яких він включений, на які розраховує, в ефективності роботи яких міг переконатися. Довіра в цьому випадку підкріплюється діяльністю соціальних інститутів, тобто індивід довіряє системі, в яку він вбудовується в рамках своєї соціалізації.

У роботі аналізується також значимий вплив емоційного фактору. Він не однозначний, оскільки, незалежно від змісту, інформація може збудити ентузіазм, задоволення, страх, депресію, фрустрацію, або інші емоційні стани. Так, механізм ентузіазму породжує відчуття симпатії, гордості, надії і налаштовує індивіда на досягнення мети, успіху, винагороди. Водночас механізм страху породжує відчуття розчарування, невпевненості, занепокоєності. Він виникає і стимулюється тоді, коли індивід отримує сигнали про загрозу, нестабільність, небезпеку тощо.

Не менш важливий фактор – канал комунікації, який передбачає особисте спілкування до використання мас-медіа та соціальних онлайн-медіа. Ефективність цього каналу комунікації значно зростає, якщо реципієнт інформації має змогу вступити в контакт з агентом мобілізації, тобто коли виникають можливості двостороннього зв'язку. Саме тому, зазначається в роботі, особисте спілкування є найбільш ефективним каналом комунікації, що приводить до активізації політичної мобілізації.

**У третьому розділі – «Мобілізуючий потенціал соціальних медіа в просторі політики»** – розглядається проблема соціальних медіа, які є каналом передачі повідомлення, тобто інструментом мобілізації для громадян, формуючи певну реакцію та зміну їхньої політичної активності на позитивну чи негативну.

*У підрозділі 3.1 – «Характеристика соціальних медіа в теоріях комунікації»* – підкреслюється, що продуктивний аналіз соціальних медіа не передбачає звуження визначення соціальних «онлайн-медіа» до «мас-медіа». Основна відмінність соціальних медіа полягає у двосторонній взаємодії об'єкта та суб'єкта політичної мобілізації. Соціальні медіа об'єднують електронні мас-медіа, широкий спектр Інтернету та мобільних сервісів – інтернет-спільноти, стрічки новин, блоги, форуми тощо, які дають можливість їхнім користувачам брати участь в одночасному обміні інформацією, роблячи свій внесок у створення інформаційного повідомлення. Специфікою політичної мобілізації через соціальні медіа є висока точність адресування політичного повідомлення, що виокремлює конкретні соціальні групи з аморфної маси.



Принциповою відмінністю соціальних засобів масової інформації від традиційних є їх доступність для будь-яких соціальних груп. Цей інструмент однаково легко може бути використаний як владою або політичними партіями, так і громадською спільнотою, окремими суспільними об'єднаннями і громадянами. Соціальні медіа дозволяють особам, організаціям, урядам і парламентаріям привернути увагу великої кількості людей з відносно невеликими затратами зусиль і фінансів до політичних і соціальних процесів.

Соціальні онлайн-медіа – це мережеві сервіси, користувачі яких постійно обмінюються інформацією. Їх головними функціями виступають: комунікативна; самопрезентація; розважальна; утримання соціальних зв'язків; психотерапевтична; просування послуг, яка може включати і політичну мобілізацію як своєрідну форму просування певної ідеї або позиції.

В умовах сучасного складного, індивідуалізованого світу соціальні медіа є новою публічною сферою. У класичній інтерпретації Ю. Габермаса публічна сфера – це простір раціональної дискусії, заснованої на принципах відкритості та рівності сторін, а також на сумісно розроблених і загально визнаних критеріях і стандартах. Саме в публічній сфері, у процесі вільної дискусії та обміну інформацією виробляється суспільна думка. Соціальні медіа відповідають усім ознакам публічної сфери, оскільки є простором для дискусії та формування певної позиції. Водночас соціальні медіа мають ті ж самі вади, що й публічна сфера. Можливість вільного обміну інформацією і думками перетворює соціальні медіа на сучасну публічну сферу, що містить потенції для мобілізації, які можуть використовувати різні політичні актори. У результаті це може привести до протилежних від очікуваних результатів.

Успіх політичної мобілізації, у тому числі через інструмент соціальних медіа, залежить від двох факторів – наявності в суспільстві розвинених соціальних мереж «малих світів» і системи яскравих, мобілізуючих образів. Малий соціальний світ формується з певної кількості людей, які знаходяться один з одним у постійному зв'язку. Цей зв'язок може бути не прямий, опосередкований, але досить тісний. Подібна структура забезпечує високу швидкість передачі ідей від одного учасника світу до іншого. Важливо, що зв'язки в «малих світах» базуються на певній спільності повсякденних інтересів. Це правило діє і щодо малих світів у соціальних медіа. Мережі, які створюють малі світи, є ідеальною сферою для політичної мобілізації. Соціальні онлайн-медіа і створюють такі мережі.

*Підрозділ 3.2 – «Соціальні медіа як інструмент політичної мобілізації»* – вказує на те, що в процесі розвитку і розширення інформаційного світу соціальні медіа в онлайн-мережах створюють громадськість нового типу, яка сприяє політичній мобілізації. У силу цього соціальні медіа стають одним з найефективніших інструментів політичної мобілізації. Сьогодні публічна сфера

стає все більш репрезентованою: у центрі уваги преси, суспільно-політичних організацій, партій знаходиться діяльність окремих осіб. Виокремлюються три головні фактори, які обумовлюють ефективність політичної мобілізації через соціальні медіа: почуття можливості впливати на загальний процес; усвідомлення участі в колективній справі; емоційне піднесення від процесу.

Діяльність соціальних медіа створює в об'єкта мобілізації ефект власної участі в політичному процесі і вплив на нього, набуття власного соціального і політичного досвіду. Virізняються ключові особливості соціальних медіа як інструменту мобілізації: спрощення і прискорення пошуку однодумців; ефект групового спілкування і групової популяризації; ефект особистого спілкування; ефект інформаційних каскадів; певна анонімність, можливість підтримувати альтернативну думку без великого ризику; прискорений і спрощений процес колективізації; фактор легковажності інформації, яка подається через соціальні медіа. Завдяки вказаним властивостям соціальні медіа постають зручним та ефективним інструментом політичної мобілізації.

Виокремлюється проблема симулятивної ролі мас-медіа в політичних процесах. Причина в, так званому, «інформаційному розриві», коли споживачі політичних новин залишаються обізнаними в політичних процесах, але шукають лише скандальні новини. В результаті обізнаність у політичних процесах виявляється умовною, оскільки мас-медіа лише імітують висвітлення політичних подій, утворюючи суб'єктивну (власну), а не об'єктивну реальність. Фактично, політична обізнаність громадянина стає по суті обізнаністю з подробицями особистого життя політика або публічної персони.

Відповідну ситуацію означено як «фреймінг», тобто вплив на розуміння політичних проблем в групах. Фреймінг має місце тоді, коли відповідь респондента підштовхнула до прийняття певної точки зору, він передбачає просту та зрозумілу інтерпретацію тієї чи іншої події. Новинні рамки водночас організують щоденну реальність, є її частиною та «формою». Дана реальність, створена мас-медіа, як правило, сприяє «мінус-мобілізації» мас. У цьому контексті визначаються три виміри політичної транспарентності або прозорості, під якою розуміють політичні цінності відкритості та демократичної підзвітності: інформаційна транспарентність, транспарентність участі, транспарентність підзвітності. Метафора «політичної транспарентності» передбачає наявність певного посередника, через який спостерігають за процесами. Ним стає телебачення, яке створює власну політичну реальність, власний громадський простір. Ця реальність сама себе продукує й відображає – телевізійне висвітлення політичних процесів є частиною політичних процесів. Як наслідок медійний дискурс щодо політики поступово замінює політику, яку він має описувати, стаючи сам політикою.

Підкреслюється, що поступово створена телебаченням реальність «населюється» спеціалістами з політичною маніпулювання, опитувачами громадської думки, експертами та медіаконсультантами. Політичне життя неухильно приходить у відповідність до образу політика, створеного телебаченням, і відображає світ, яким керують спеціалісти з політичного піару й маніпулювання.

Важливий напрям політичної «мінус-мобілізації» складає імплементація у свідомість громадськості системи певних стереотипів, стандартів поведінки, соціальних міфів, політичних ілюзій тощо. Стереотипізація, тобто психологічний вплив з метою створення ілюзорних стереотипів, є одним з головних методів пропаганди. Стереотип є емоційно-оціночним утворенням, природа якого складається з двох компонентів – знання та ставлення до реальності, причому це знання є стандартним, а ставлення – емоційним. Стереотипи становлять основу міфів, на яких базується будь-яка ідеологія. Відповідно мас-медіа укорінюють цю систему у свідомість користувачів. Кожній категорії людей властиві свої стереотипи. Антагонізми між людьми визначаються не їхнім соціальним і класовим становищем, а різницею між засвоєними стандартами стереотипів. Саме тому мас-медіа відіграють величезну роль у мобілізації суспільства, виробляючи за допомогою інформації систему стереотипних уявлень, набір символів, що діє на індивіда, викликаючи позитивні чи негативні емоції.

*У підрозділі 3.3 – «Форми політичної участі через вплив соціальних медіа: колективне та індивідуальне»* – акцентується увага на тому, що всі ефективні форми політичної мобілізації через інструмент соціальних медіа побудовані на двох принципах: по-перше, політична участь не повинна вимагати від об'єктів мобілізації надмірних зусиль; по-друге, вона повинна мати розважальний характер. Соціальні медіа надзвичайно ефективні в питаннях поширення інформації, у сприянні пробудження громадянської свідомості. Водночас, оскільки політична участь через соціальні медіа вимагає мінімум зусиль, до неї можуть бути залучені аполітичні громадяни, що активізує у політичних процесах значно ширше коло громадян у якості виборців.

Політична мобілізація через соціальні медіа повинна мати швидкий успіх, в силу чого відбувається постійний пошук нових форм, зокрема використовуючи Інтернет. Форми політичної участі через Інтернет, завдяки особливостям соціальних медіа, набули нових вимірів ефективності. До них відноситься: фандрайзинг (створення альтернативної економіки, що передбачає організацію ефективних компаній зі збору коштів); підписання онлайн-петицій, які є формою прямою демократії, ініціюються завжди знизу, безкоштовні та мінімально формалізовані; створення і тиражування політичної інформації за допомогою соціальних медіа, онлайн-коментування та обговорення; флешмоби, що визначаються як сплановані масові акції завдяки лише соціальним мережам і є

формою політичної участі, заснованої на феномені негативної колективної ідентичності; організація учасників вуличних акцій. Парадокс мобілізації, яка здійснюється через інструмент соціальних медіа, полягає в тому, що найбільш ефективною вона є в ситуації, коли ця мобілізація здійснюється заради неполітичної мети (благодійної, культурної тощо).

Разом з тим, зазначається, що існує певний негативний вимір соціальних медіа в контексті політичної мобілізації, які інколи підміняють політичну активність громадян. Вони обнулюють увесь протестний потенціал, який інакше був би реалізований на практиці. Саме такий ефект породжує явище «слактивізму», або активної позиції, яка знаходить вираз лише в онлайн-мережах. Слактивізм (активізм для пасивних) означає підтримку певного руху чи явища, яка має невеликий практичний ефект, але заспокоює особу, що її здійснює. У структурі слактивізму виокремлюються такі його різновиди: кліктивізм (використання медіа для просування того чи іншого питання); благодійність; купівля товарів сегмента «люкс» для передачі певного відсотку на благодійні цілі; етичне споживання (купівля тих товарів і продуктів, які було виготовлено з мінімальною шкодою для навколишнього середовища і без залучення дитячої праці). Слактивізм є проявом соціальної активності, в якій індивід позиціонує себе обізнаним з актуальними проблемами сьогодення.

Сучасне ринкове суспільство є, за визначенням, індивідуалістичним, але соціальні медіа як інструмент мобілізації повертають відчуття колективності, причому на вищому інтелектуальному рівні і набагато більших масштабах.

**У четвертому розділі – «Особливості політичної мобілізації в суспільствах з різними соціокультурними традиціями: одиничне і загальне»** – аналізуються процеси активізації політичної активності в умовах зрілих, досконалих демократій. Проблема політичної мобілізації в цих країнах детермінована постійним зростанням рівня політичної апатії громадськості, що обумовлює застосування її нових методів і форм, вивчення ролі впливу соціальних медіа на політичну активність цих суспільств. На противагу їм в країнах з ісламською традицією зростаючий доступ до Інтернету разом із поширенням цензури, зумовив формування опозиційних протестів в соціальних медіа, які мають специфічні й відмінні від країн з усталеною демократією, риси.

Особливості політичної апатії у розвинених демократичних суспільствах частково спричинені стабільним рівнем життя й високими життєвими стандартами, про що йдеться зокрема у *підрозділі 4.1 – «Політична мобілізація в державах розвинених демократій»*. Оскільки люди в цілому задоволені своїм життєвим рівнем, до того ж морально відчужені від політичних еліт, вони не відчують спільності з можновладцями. Тому шанс на мобілізацію аполітичних верств населення мають ті політичні сили, які зможуть подолати цю моральну

прірву й переконують виборців, що вони належать до одних і тих самих груп, змусять виборця асоціювати себе з політичним актором.

Ілюстрацією цієї позиції послугував аналіз виборчої кампанії президента США Б. Обама, головним елементом якої стала не мобілізація активістів, а заохочення до участі в політичному процесі шляхом поширення інформації в соціальних медіа, шляхом підтримки позицій кандидата в онлайн-дискусіях тощо. Інституційними рамками, які забезпечили безпрецедентний масштаб такої кампанії, стали соціальні медіа. Фактично Б. Обама використав слактивістську психологію американських користувачів соціальних медіа – участь у кампанії не вимагала багато зусиль, але давала відчуття задоволення та причетності до великої справи.

Стратегія Б. Обама в контексті використання соціальних медіа, вказується у роботі, складалася з двох пунктів – отримати грошову підтримку від майбутніх виборців і, шляхом залучення до фінансування компанії, подолати їхню політичну апатію, зацікавити в процесі. У процесі виборів майбутній президент неодноразово наголошував, що є народним кандидатом, представником простих американців, і вони необхідні йому для того, щоб стати президентом. Обрання та переобрання Б. Обама – один з найбільш вдалих прикладів умілого використання соціальних медіа в процесі мобілізації.

На прикладі ФРН у дисертації досліджується роль онлайн-петиції як форми політичної участі та інструменту політичної мобілізації. Право громадян надавати петиції законодавчо закріплене в німецькій конституції, згідно з якою кожен має право індивідуально або спільно з іншими надавати прохання або скаргу до органів влади. Відповідно до цього існує три види петицій: подані одним актором; окремі петиції, які мають спільну справу або прохання, але подані різними акторами; петиції, які супроводжуються списком підписів.

З 2005 року бундестаг відкриває онлайн-платформу, через яку створюється програма системи електронних петицій. Тепер кожен може надіслати петицію електронною поштою або опублікувати на спеціально створеному ресурсі. Після перевірки петиційним комітетом вони оприлюднювалися, що сприяло можливості ознайомити спільноту з іменами тих, хто приєднався до петицій. Аналіз показав, що система онлайн-петицій ФРН сприяє політичній мобілізації, але публічні електронні петиції посилюють існуючі розбіжності в рівнях політичної участі, оскільки вони приваблюють політично активних індивідів, які вже мобілізовані до дій. Водночас завдяки простоті політичної участі, багато потенційно активних громадян включаються в політичні процеси.

Акцентується увага на рості популярності деяких політичних партій ФРН завдяки використанню соціальних медіа. Саме це дало можливість, зокрема «Партії піратів», мобілізувати свою потенційну групу підтримки (digital natives), заохотивши їх до участі у виборах. Успіх цієї партії став логічним наслідком

кризи класичної політичної спільноти, яка не представляє інтереси групи підтримки. Політика перетворилася на професійну касту: спостерігався зростаючий відрив політичних кіл від мас виборців, що призводив до зниження політичної активності населення, відчуження від політичних процесів, втрати суспільної довіри до усталених політичних угруповань. Водночас зберігається потреба в задоволенні потреб громадян, чому сприяє розвиток системи онлайн-петицій. Здійснення політичної мобілізації в режимі онлайн позитивно впливає на рівень політичної активності населення, залучаючи до участі в політичному житті тих, хто раніше намагався цього уникнути. Разом з тим, зазначається в роботі, самі по собі соціальні медіа не створили протестних настроїв серед виборців, а лише акумулювали їх. Важливим фактором успіху стала не партійна програма, а новий шлях формування політичних процесів, високий рівень доступності для всіх бажаючих висловити свою думку.

*Підрозділ 4.2 – «Нові форми політичної мобілізації (приклад Італії та Великої Британії)»* – оповідає про те, що в Італії прикладом вдалого використання соціальних медіа для політичної мобілізації електорату є успіх партії «П'яти зірок», створеної комедіантом Б. Грілло. Заснувавши в 2005 р. свій блог, який став альтернативою провладним мас-медіа, він критикував політичний лад, політичну корупцію, роблячи акцент на свободі слова, екології та громадянській активності. Постійне згадування цих тем, винесення їх на всезагальну дискусію дозволило створити новий публічний дискурс в італійському інформаційному полі. Розпочавши серйозну політичну кар'єру, політик своєю метою оголосив створення нової системи прямої демократії, яка надасть змогу простим громадянам дійсно впливати на політичне життя країни.

Аналізується програма дій руху «П'ять зірок», що зосереджує увагу на державі та громадянах, енергетиці, інформації, економіці, транспорті, охороні здоров'я, освіті. Багато положень програми фокусуються на політичних реформах і зменшенні витрат на політичні процеси, підвищенні політичної прозорості на всіх рівнях, заохоченні плюралізму інформації тощо. Аналіз діяльності Б. Грілло дозволяє стверджувати, що проведена найпопулярнішим у європейським соціальних медіа політиком мобілізація на використанні емоційного фактору і легкому для сприйняття посиленні – «система не працює, необхідно її змінити». Діяч дотримується політики grassroots, що означає ініціативи знизу, заміни ієрархічної структури на мережеву, перетворення громадських ініціатив на політичні, тощо. Популізм та емоційне підґрунтя тут нерозривно поєднані, а партія «П'ять зірок» є партією протесту, мобілізованою за принципом «проти».

Окрема увага приділяється британському суспільству, де також спостерігається тенденція втрати інтересу до формальних політичних процесів. Дослідження трактують цей занепад як глобальну тенденцію, що стосується всіх

видів політичної активності. Молоді британці зацікавлені політичними процесами, проте шукають нові форми участі, які надають соціальні медіа. Про це свідчить зростання популярності онлайн-активізму, тобто спілкування з політиком через соціальні медіа, яким охоче надсилають електронні листи, активно коментують політичні питання в мережі тощо.

Характерним є використання соціальних медіа у виборчій кампанії у Великобританії. Так, консерватори активно використовували Facebook і Twitter. Водночас вони орієнтувалися на більш традиційні електронні засоби мобілізації та агітації: розсилання електронних листів, розвиток офіційного веб-ресурсу партії, онлайн-маркетинг тощо. У цілому стратегія консерваторів полягала в тому, щоб створити мережу соціальних «гачків» – текстові повідомлення, зображення, відео – і постійно нагадувати ключові слогани кампанії. Лейбористи також активно використовували нові на той час технології. Зокрема, так званий, віртуальний банк телефонів – Інтернет-ресурс для здійснення агітаційних телефонних дзвінків, а також організація існуючих прихильників партії, Twitter, анімаційний фільми, постійний інформаційний потік тощо. Ліберальні демократи використовували гумор, карикатуру, Facebook, Twitter, флешмоби.

*У підрозділі 4.3 – «Соціальні медіа як інструмент політичної мобілізації в ісламському світі»* – крізь призму поставленої в дисертації проблеми частково розкриті особливості процесів політичної модернізації у країнах Близького Сходу і Північної Африки. Наголошується, що молодь, яка не має перспектив на майбутнє, спрямовує свою фрустрацію та незадоволення в соціальних медіа. У процесі дослідження було виявлено, що причиною «арабської весни», яка почалася наприкінці 2010 року в Тунісі, соціальні медіа стали важливою складовою мобілізації населення проти існуючого режиму. Вони дали змогу користувачам заповнити інформаційну прогалину завдяки постачання контенту для традиційних мас-медіа, забезпечили основу для комунікації між групами, що дозволило розвинути цикл протесту; додали елемент емоційної мобілізації, зображаючи та викриваючи злочини, які чинив режим щодо учасників протестів.

Вивчення проблеми показало, що впродовж 2000-х років уряди в ісламському світі виробили стратегії щодо регулювання і використання інформаційно-комунікаційних технологій, залежно від політичного режиму в країні. Якщо в ліберальних державах була дозволена конкуренція на ринку мас-медіа, то в ісламських авторитарних державах вони контролювалися державними компаніями, які утримували монополію і слідкували за онлайн-контентом. Туніс, який є країною з відносно високим рівнем освіченості, опинився посередині вказаного спектру. Тут склалася ситуація, коли освічена молодь опинилася без роботи, існувала за рахунок родичів, була бездіяльною. Саме ця демографічна група пізніше стала рушійною силою «Жасминової революції».

У дослідженні аргументовано, що розвиток онлайн-цензури пройшов шлях від заборони порнографічних ресурсів до контролювання політичних сайтів або ресурсів, які могли б нести небезпеку режиму. Відтак набув поширення кіберактивізм, який перетворився в «кібермережу вуличного повстання». Поряд з цим Інтернет забезпечив альтернативну публічну сферу, яка частково була захищена від контролю та моніторингу уряду. Отже, соціальні медіа спричинили падіння проекту мінус-мобілізації консумеристського та аполітичного середнього класу.

У дисертації показано, що розвинений телекомунікаційний ринок в Тунісі став суттєвим ресурсом для мобілізації протестів національного масштабу. Соціальні медіа створили джерело інформації для індивідів, сприяли подоланню соціально-економічних бар'єрів між різними групами населення та створили базу для побудови національної колективної ідентичності, яка підтримувала акції протесту проти режиму. Соціальні медіа в Тунісі допомогли подолати проблеми колективних дій та сприяли появі й розвитку вдалого руху протесту, що зрештою обумовило падіння режиму.

На прикладі Ірану доводиться, що соціальні медіа можуть стати ключовим інструментом боротьби з репресивними режимами та мобілізації противників влади. Децентралізована природа інтернет-комунікацій дала змогу іранцям, які брали участь у демонстраціях, легко обійти цензуру та поширити інформацію про події в країні і світі. Разом з тим вона стала причиною того, що рух не міг діяти стратегічно із-за відсутності організованого центру.

Сьогодні в Ірані діє одна з найбільш жорстких Інтернет-цензур у світі. Кіберполіція ретельно переглядає всі іранські блоги та сторінки, відстежуючи будь-які спроби критикувати існуючий режим. Користувачі, які були помічені в антидержавній пропаганді, підриві безпеки, приниженні ісламу, переслідуються. Влада активно використовує новітні інформаційні технології в своїх цілях. Проурядовим блогерам було дозволено вдаватися до будь-яких методів, навіть якщо вони суперечили законам шаріату. Опозиціонери належали до світських страт і не змогли отримати симпатії решти іранського суспільства, яке в цілому є надзвичайно релігійним. Підтримка з боку міжнародної народної спільноти не сприяла демократизації Ірану, а навпаки, відштовхнула від протесту частину громадян. У відповідь на протести влада спромоглася сформувати імідж тих, хто протестує, як антиісламський. Фактично інструмент соціальних медіа був успішно опанований урядом, який за його допомогою здійснює мобілізацію своїх прихильників і переслідує опонентів.

Аналіз ролі соціальних медіа в політичній мобілізації громадян в Єгипті виявив значимість протестної участі молоді, серед якої особливо високий рівень безробіття. Усе це поєднувалося з наявністю автократичного лідера, який ігнорував потреби суспільства. Соціальні медіа, показано в дисертації,



відігравали важливу роль у політичних процесах в Єгипті, особливо з початком масштабних акцій протесту, починаючи з 2008 року. Під час єгипетської революції Facebook став синонімом «голосу революції». Політична мобілізація через соціальні медіа стала рушійною силою для подальшої мобілізації, поширюючи інформацію та заохочуючи населення для участі в протестах.

Успіх революції спричинив багато оптимістичних оцінок ролі соціальних медіа в піднесенні демократії. Однак подальший розвиток подій продемонстрував, що соціальні медіа можуть використовуватися також групами, які далекі від демократичних цінностей. Про це свідчить перемога на виборах радикального ісламського об'єднання «Брати-мусульмани», яке виступає на підтримку життя за законами шаріату. Політичним успіхом дане об'єднання завдячує, серед інших факторів, умілому використанню соціальних мереж.

Аргументовано стверджується, що в процесі політичної мобілізації своїх прихильників через соціальні медіа об'єднання «Брати-мусульмани» застосовувало наступні стратегії: використання «мови революції» – старий режим, революція, демократія; заперечення причетності до угруповання «Брати-мусульмани»; демонстрація підтримки вільної преси; висміювання опозиції; створення образу героїчної постаті, звинувачення противників в ісламофобії; повернення уваги до міжнародних подій; наголошування на людських якостях політика; персональне звернення. Координація дій привела до зміни влади, оскільки соціальні медіа створили новий інформаційний дискурс, у рамках якого проводили мобілізацію фрустрованої молоді.

**У п'ятому розділі – «Досвід соціомедійного забезпечення політичної мобілізації в пострадянських країнах»** – здійснено аналіз політичного життя ряду колишніх радянських республік як прикладу послідовної «мінус-мобілізації». У більшості таких суспільств політична еліта, владні актори не зацікавлені в політичній активності мас, враховуючи відчуженість колективної ідентичності, роблять все можливе для існування і збереження політичної апатії.

*У підрозділі 5.1 – «Політична мобілізація аполітичного суспільства за умови авторитарного режиму в Росії»* – зазначається, що в російському суспільстві за останні десять років провладними структурами успішно проводиться політична «мінус-мобілізація». У суспільну свідомість послідовно закладалася думка, що репресивний характер влади є необхідною умовою забезпечення належного життєвого рівня і підтримки державного ладу. Внаслідок цього процесу зростала політична апатія виборців, поширювались абсентистська модель поведінки, відчуття неможливості вплинути на процес прийняття політичних рішень, недовіра до політичних інститутів. Все це поєднувалося з відносно стабільним економічним рівнем життя, який створював у більшості населення відчуття непотрібності змін. Аморфне соціальне

незадоволення призводило лише до розрахунку індивіда на свої власні сили, але не бажання вплинути на політичні процеси.

У дослідженні аргументовано, що соціальному характеру людей традиційного типу, який поширений в Росії, історично властиві індивідуальні індивідуальні очікування щодо задоволення своїх базових потреб. Цьому сприяють існуючі умови певної поваги до етнорелігійних символів і звичного підкорення авторитету вождів, що забезпечує бюрократична ритуалізація влади в Росії. Більшість населення, зайнята адаптацією до системної кризи, не мала досвіду незалежних від держави дій та не претендувала на участь у політичному житті. Ці тенденції і сьогодні активно заохочуються владою в рамках програми «мінус-мобілізації», соціальною базою якої є консервативно налаштоване, політично пасивне населення. В його свідомості підтримується певна героїчна версія минулого, яка підкріплюється загальним колективним «ми». Водночас проводиться послідовна дискредитація західних моделей суспільного ладу – імплементується стереотип про «ворожий Захід», який не розуміє Росію, прагне її поневолити, знищити, перекроїти.

За цих обставин для критичних, освічених, самостійних верств населення соціальні медіа стали найважливішим джерелом інформації, замінивши телебачення. Враховуючи значення соціальних онлайн-медіа, опозиція пропонує вдалу мобілізаційну стратегію – голосувати за будь-яку партію, окрім партії влади. Другим етапом політичної «плюс-мобілізації» стало спостереження за фальсифікаціями на виборчих дільницях. Третім етапом плюсової політичної мобілізації стали мітинги протесту. Головним джерелом інформації про мітинги для протестуючих був Інтернет, тобто соціальні онлайн-медіа. Серед базових завдань було повернення громадянам відчуття можливості вплинути на політичний процес, позбавити суспільство політичної апатії, подолати наслідки послідовної «мінус-мобілізації».

Проведений аналіз політичної ситуації в сучасній Росії показав, що інтерес до політичних акцій протесту поступово знижується. Головними причинами таких наслідків є низька результативність акцій, розчарування в опозиційних лідерах, відсутність єдиної політичної платформи, невідповідність риторики лідерів протесту мотивам учасників акцій, «згорання моди» на протест. Фокус емоційного заряду змінився з піднесення, відчуття нових можливостей та гніву на розчарування у вуличних формах активності й сприйняття нового соціально-політичного стану. Отже, політична мобілізація, спрямована лише на протестну частину населення, приречена на невдачу.

Дослідження ситуації у Білорусі виявило її подібність до російської, що детально розкрито у *підрозділі 5.2 – «Флешмоб як засіб політичної боротьби (приклад Білорусії)»*. Однак, на відміну від Росії, тут відсутній політичний плюралізм, а економічні та соціальні функції монополізовані владою. Це

авторитарне суспільство, в якому на державному рівні проводиться послідовна політична мінус-мобілізація, яка складається із обов'язкових репресивних дій щодо опонентів чинного президента. Авторитарний режим засновує й виправдовує своє існування питаннями безпеки. У цій ситуації білоруси абстрагуються від держави, яка є некерованою та ворожою силою, але водночас відчують до неї певну прихильність, оскільки вона надає людині необхідний мінімум для виживання.

Окрема увага приділена існуванню у Білорусі «нової більшості», яка декларує необхідність для суспільства політичних і соціальних трансформацій, але відкрито не висловлюється, через що спрацьовує ефект «спіралі замовчування». До того ж ця група незадоволених соціально і культурно неоднорідна, тому певна ерозія ставлення до влади відбувається, але вона не призводить до радикальних змін електоральних переваг. Однією з причин такої апатії є відсутність в опозиційних лідерів реальних інструментів здійснення своїх програм, зокрема медійних.

У дисертації обґрунтовується думка про те, відповідний режим функціонує без цілісної політичної ідеології. Проводиться послідовна мінус-мобілізація населення – за допомогою мас-медіа, репресій, розважальних заходів деполітизується суспільна думка. Паралельно з мінус-мобілізацією відбувається замовчування будь-яких спроб критики президента. Монополізовані державою засоби масової інформації контролюються урядом. Економічний шантаж і відкриті політичні репресії змушують незалежні видання скорочувати свої тиражі або взагалі закритися. Як і неурядові організації, політичні партії позбавлені можливості вести конкурентну боротьбу в парламенті, агітувати своїх виборців через ЗМІ, ізольовані від суспільства. Ще одним важливим фактором, який ускладнює політичну мобілізацію населення, є гомогенність соціальних груп.

Опозиціонери в Білорусі не в змозі розширити коло своїх прихильників. У ситуації, що виникла, критично налаштована молодь почала реалізовувати протестний потенціал у різноманітних формах естетичного протесту – флешмобах, графіті, мережевому фольклорі. Флешмоби породжують сингулярні спільноти, тобто колективні суб'єкти, асоційовані на короткий проміжок часу, які формують публічний дискурс. Вони певною мірою відображають тенденції в політичних процесах у цій країні – кризу репрезентації, феномен негативної колективності, боротьбу за символічну владу в публічному просторі. Флешмоби в Білорусі стали способом висловлення соціального незадоволення.

У підрозділі 5.3 – *«Параметри політичної мобілізації українського суспільства: Майдан – Євромайдан – Революція Гідності»* – аналізуються актуальні проблеми політичної мобілізації в Україні. Історично склалося, що українські громадяни мобілізувалися лише за умови небезпеки втрати того, чим

володіють, – звичного їм способу життя, престижу, авторитету, прибутків, статусу, девальвації групових цінностей тощо. Тобто зростання дифузного масового роздратування, страху, ненависті призводить до короткочасного почуття спільності або єдності членів суспільства. Проте ці періоди мобілізації є досить короткочасними, і вони змінюються тривожними періодами політичної апатії, пасивної адаптації до того, що відбувається. Для виходу з апатії суспільство повинно опинитися в соціальній фрустрації, бути охопленим відчуттям неможливості змін.

Постійна конфронтація між гілками влади, відсутність політичного консенсусу, погіршення економічної ситуації призвели до зростання недовіри населення до владних інституцій, масового розчарування владою, що сприяло політичній апатії. Особливістю політичного процесу в Україні тривалий час була групова невиразність інтересів і поглядів, позицій, дифузність колективних переконань і пріоритетів. Це привело до гібридної політичної структури, характерними рисами якої є надання переваги неформальним практикам і симулятивне нашарування ліберальних публічних інституцій, не вкорінених у соціальній й економічній структурі, але тісно пов'язаних із зовнішньоекономічною комунікацією.

Аналіз особливостей політичної апатії українського суспільства показав, що попри існуючу пасивність воно ефективно мобілізується за принципом «негативної мобілізації». Прикладом цього є дві революції – «Помаранчева» і «Євромайдан» («Революція Гідності»). Хоча вказані явища були спровоковані різними політичними й соціальними обставинами, мали різну інтенсивність, проте мали спільну рису – супроводжувалися ознаками негативної мобілізації. В українських реаліях негативна мобілізація може вважатися частиною глобального процесу мінус-мобілізації, який передбачає вираз негативу у формі протестів та їх зміну довгими періодами політичної апатії.

Центром уваги дослідження негативної політичної мобілізації в Україні є «помаранчева революція», яка є не стільки демократичною, скільки культурно-етнічною подією. В роботі аналізуються різні погляди і характеристики цього феномену, який вразив світ, приводяться численні дані соціологічних опитувань, які показують її причини, рушійні сили, методи проведення, соціальні і практичні результати. Події на Майдані, зазначається у дисертації, були спровоковані збігом кількох факторів, і не привели до корінних змін у соціально-політичній схемі суспільства: еліти відокремлені від мас, залучаються до політики лише під час виборів. Однак Помаранчева революція стала прологом наступних протестних акцій, які закінчилися Євромайданом.

Зазначимо, що Євромайдан та події, які відбулись потому – зовнішня агресія з боку Росії тощо – сприяли оформленню української колективної ідентичності, водночас поглибивши явище аномії – тобто, втрати соціальних

орієнтирів – в декількох східних регіонах України. Водночас в українському суспільстві спостерігаються наступні тенденції: активізація громадянської активності людей, вироблення навичок та технологій самоорганізації, примноження у суспільстві того, що визначається як «соціальний капітал». До того ж, можна зробити певні оптимістичні припущення, що сьогодні в Україні формуються нові політичні еліти, які у всіх аспектах дистанціюються від старих еліт. У цьому – одна з головних гарантій позитивного майбутнього України, розвитку її демократичних засад і свободи особистості.

У **висновках** дисертаційної роботи сформульовані основні результати і підсумки, які були отримані у ході дослідження поставленої проблеми та вказуються перспективи її подальшої наукової розробки.

Виявлено, що динаміка розвитку всіх сфер життя соціуму увиразнює в якості актуальної проблему сучасності, концептуалізовану в політичних, соціально-філософських та інституціональних теоретичних дискурсах. Рівень сучасності визначає поліфонічна складність політичного процесу, вирішення проблем якого окреслює нову інтеграцію соціально-політичних і філософських наук. Вона дає можливість визначити більш перспективні інструменти політичної діяльності, серед яких важливе місце належить політичній мобілізації.

Визначено, що політична мобілізація є інструментом, за допомогою якого забезпечується належний рівень політичної участі населення для успішного функціонування конкретної політичної системи. У розмаїтті своїх форм і видів політична мобілізація використовується кожним політичним режимом чи системою правління, залучаючи громадськість та індивідів у політичний процес, стверджуючи нові види політичної поведінки і діяльності. Показано, що структуру політичної мобілізації складають об'єкт і суб'єкт. Об'єктом політичної мобілізації можна вважати як населення держави, різні громадські угруповання, так і окремих індивідів. Об'єкт мобілізації може бути кваліфікований залежно від рівня у політичному процесі та уваги до нього, що вказує на його значимість. Суб'єктом мобілізації можуть виступати держави, асоціативні і неасоціативні об'єднання, інституційні угруповання, окремі індивіди. Від об'єкту політичної мобілізації суб'єкти відрізняються здатністю свідомо ініціювати, керувати та удосконалювати політичні процеси.

Досліджуючи основні параметри сучасного інформаційного світу, в якому динамічно розвиваються інформаційні технології, Інтернет, якісно змінюються засоби масової комунікації, особливої ролі набувають соціальні медіа, що змінюють свідомість і мислення індивідів, здійснюють вплив на всі форми соціального життя, в тому числі політику і політичну свідомість. Виявляючи глобальні тренди і параметри порядку складної динаміки, соціальні медіа втілюють сучасні політичні інновації у практику соціального життя. Виявлено

важливу роль соціальних медіа в якості каналу комунікації в процесах політичної мобілізації; її успіх залежить від наявності в суспільстві розвинених соціальних мереж «малих світів» та системи яскравих, емоційних, мобілізуючих образів. Соціальні медіа завдяки своїм можливостям швидкого подання інформації, колективному діалогу, спрощеній схемі пошуку однодумців виступають ефективним інструментом політичної мобілізації. Аргументовано, що зі розвитком сфери соціальних медіа та постійним залученням у простір їх впливу нових верств населення роль цього інструменту в здійсненні політичної мобілізації буде тільки зростати; вони розширюють форми і способи політичної діяльності, сприяють появі нових, продуктивних форм громадянської участі в політичних процесах.

Виявлено, що соціальні медіа як канал комунікації в процесах мобілізації стають все більш затребуваним інструментом як у держав, так і у недержавних політичних акторів. Успіх політичної мобілізації — у тому числі через інструмент соціальних медіа — залежить від двох факторів — наявності в суспільстві розвинених соціальних мереж малих світів та системи яскравих, мобілізуючих образів. Мережі малих світів є ідеальною сферою для політичної мобілізації. Соціальні онлайн-медіа створюють такі мережі.

Виявлено, що вільний обмін безглуздою інформацією та думками перетворює соціальні медіа на сучасну публічну сферу з можливостями для мобілізації, які можуть використовувати різні політичні актори. Завдяки особливостям соціальних медіа, політична мобілізація через цей інструмент здатна охопити малоосвічені верстви населення, які не сприймають мобілізацію через інші канали. Політичний абсентеїзм спричиняє ряд факторів — у тому числі домінування в конкретній особистості норм субкультури за умови повного занепаду загальних норм культури, унаслідок чого особистість сприймає світ, який існує за рамками її субкультури, як химерний та такий, на який вона не може впливати. Політична мобілізація через соціальні медіа може досягти й маргінальних верств населення, оскільки політичне повідомлення надходить не через традиційні канали і, отже, сприймається поза зоною політики, а також створює для груп населення, які раніше не цікавилися політикою, вікна можливостей, завдяки яким у них з'являється шанс впливати на процеси.

Виокремлена концепція політичної мобілізації у структурному вимірі класифікації її видів за змістом, характером та емоційним наповненням інформаційного повідомлення; а також за формою і носієм поширення повідомлення. В залежності від цього виокремлюється «фокусна», «позитивна», «негативна», «авторитарна», «горизонтальна» мобілізації, а також мобілізація «широкого спектра». Кожний з видів мобілізації супроводжується емоційним наповненням. З'ясовано зміст і сутність мінус-мобілізації як процесу деполітизації суспільства, приведення громадян у стан політичної

індиферентності. Її завдання полягає в досягненні певного стабільного рівня підтримки влади, що передбачає моральну дезорієнтацію, низький рівень політичних знань, створення симулякру політичного життя за допомогою мас-медіа, що загалом свідчить про незрілість та інфантильність суспільства.

У розвинених демократичних суспільствах головне завдання суб'єктів політичної діяльності у процесах мобілізації полягає в подоланні політичної апатії, прагненні зменшити розрив між політиком і громадянами, зацікавити в процесі та результатах виборів, зменшити дистанцію між політичними елітами і суспільством.

Виявлено, що соціальні медіа в державах Близького Сходу та Північної Африки виступили альтернативною публічною сферою, дозволивши опозиційним групам сформуванню інший інформаційний дискурс для мобілізації протестів. Вони сприяли формуванню національної колективної ідентичності, яка стала каталізатором акцій протесту і спричинила в одних країнах падіння режиму, а в інших його зміцнення.

Встановлено, що в пострадянських суспільствах соціальні медіа виступають досить ефективним інструментом короткочасної мобілізації, але не вирішують проблеми активної політичної участі в політичних процесах. Відповідна ситуація обумовлена проведенням політичними елітами у вказаних суспільствах послідовної мінус-мобілізації, яка полягає у відокремленні громадськості від політики, заохочення його апатії, відчуження від влади.

Враховуючи український досвід, показано, що соціальні медіа розширюють простір політичних можливостей, виступають засобом прямої демократії, мають величезний потенціал як інструмент політичної мобілізації. Вони розмивають межі між особистим та суспільним, створюючи колективність нового типу, яка змінює індивідуалізацію соціального життя, утворюючи нові способи і форми політичної мобілізації.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:**

### ***Монографія***

1. Кремень Т. Політична мобілізація в соціально-медійному вимірі : монографія [Текст] / Тетяна Кремень. – К. : «Грамота», 2013. – 255 с.

### ***Статті у фахових виданнях України***

2. Кремень Т. Види та механізми політичної організації мас [Текст] / Тетяна Кремень // Гілея : наук. вісн. Іст. науки. Філософ. науки. Політ. науки. / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Укр. акад. наук. – К., 2013. – Вип. 74. – С. 395–397.

3. Кремень Т. В. Емоційна складова політичної мобілізації через соціальні медіа [Текст] / Кремень Т. В. // Наук. праці : наук.-метод. журн. Сер. «Політологія» / Чорномор. держ. ун-т ім. Петра Могили комплексу «Києво-Могилян. акад.». – Миколаїв, 2012. – Т. 204, вип. 192. – С. 72–74.
4. Кремень Т. Мас-медіа і нові форми політичної участі [Текст] / Тетяна Кремень // Наук. записки Ін-ту політичних і етнонаціональних дослідж. ім. І. Ф. Кураса НАН України. – К., 2013. – Вип. 1. – С. 430–435.
5. Кремень Т. Мас-медіа як інструмент політичної мобілізації [Текст] / Тетяна Кремень // Гілея : наук. вісн. Іст. науки. Філософ. науки. Політ. науки. / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Укр. акад. наук. – К., 2013. – Вип. 75. – С. 460–462.
6. Кремень Т. Мас-медіа як фактор симуляції політичних процесів [Текст] / Тетяна Кремень // Гілея : наук. вісн. Іст. науки. Філософ. науки. Політ. науки. / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Укр. акад. наук. – К., 2013. – Вип. 73. – С. 321–323.
7. Кремень Т. В. Нетрадиційна політична мобілізація за допомогою використання соціальних медіа: приклад Італії [Текст] / Кремень Т. В. // Акт. проблеми міжнар. відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т міжнар. відносин. – К., 2013. – Вип. 116, (ч. 1). – С. 70–74.
8. Кремень Т. В. Організація та владні обмеження протестного електорату [Текст] / Т. В. Кремень // Політол. вісн. : зб. наук. пр. / Політол. центр при Київ. нац. ун-ті ім. Тараса Шевченка ; за заг. ред. Ф. М. Кирилюка, М. І. Хилька. – К., 2013. – Вип. 71. – С. 544–551.
9. Кремень Т. Парадокси політичної рекрутизації [Текст] / Тетяна Кремень // Наук. записки Ін-ту політичних і етнонаціональних дослідж. ім. І. Ф. Кураса НАН України. – К., 2013. – Вип. 2. – С. 408–421.
10. Кремень Т. Політична мобілізація в країнах сталих демократій [Текст] / Тетяна Кремень // Наук. записки Ін-ту політичних і етнонаціональних дослідж. ім. І. Ф. Кураса НАН України. – К., 2013. – Вип. 3. – С. 378–388.
11. Кремень Т. Політична мобілізація за допомогою використання соціальних медіа: приклад Партії піратів [Текст] / Т. Кремень // Вісн. СевНТУ : зб. наук. пр. Сер.: Політологія / Севастоп. нац. техн. ун-т. – Севастополь, 2012. – Вип. 136. – С. 178–181.
12. Кремень Т. В. Росія: політична організація аполітичного суспільства [Текст] / Т. В. Кремень // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. «Питання політології». – Х., 2013. – № 1060, вип. 23. – С. 155–164.
13. Кремень Т. В. Соціальні медіа як інструмент політичної мобілізації в авторитарних державах [Текст] / Т. В. Кремень // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. «Питання політології». – Х., 2012. – № 1013, вип. 21. – С. 64–70.



14. Кремень Т. В. Структурний інструментарій соціальних медіа [Текст] / Т. В. Кремень // *Нова парадигма. Філософія. Політологія. Соціологія* / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2013. – Вип. 115. – С. 104–115.

#### *Статті у наукових виданнях іноземних держав*

15. Кремень Т. В. Исторические истоки аполитичности современного украинского общества [Текст] / Т. В. Кремень // *Политика и общество : науч. журн.* / Рос. акад. наук, Ин-т соц.-полит. исследований. – М., 2013. – № 10. – С. 1276–1285.

16. Кремень Т. В. Политическая мобилизация: объекты и субъекты [Текст] / Татьяна Васильевна Кремень // *Историческая и социально-образовательная мысль.* – 2013. – Вып. 5 (21). – С. 146–149.

17. Кремень Т. В. Роль массмедиа в современном обществе: теория «медийного недомогания» / Т. В. Кремень // *Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. «Политология. Религиоведение».* – 2013. – Вып. 2 (11), ч. 1. – С. 196–202.

18. Кремень Т. В. Украинская независимость: политическая апатия как результат деструкции идентичности [Текст] / Т. В. Кремень // *Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова.* – 2013. – № 5 (89). – С. 246–254.

19. Кремень Т. В. Социальные медиа и феномен публичности [Текст] / Т. В. Кремень // *European Applied Sciences.* – 2013. – № 9. – С. 84–86.

20. Kremen T. V. Elementy mediow spolecznosciowych jako narzedzia mobilizacji politycznej / T. V. Kremen // *Pedagogium.* – 2013. – С. 25–28.

21. Kremen T. V. Mechanisms of political mobilization / T. V. Kremen // *The Advanced Science journal.* – 2013. – № 9. – P. 28–32.

22. Kremen T. V. Media spolecznosciowe a edukacja / T. V. Kremen // *Ruch pedagogiczny.* – 2013. – № 4. – S. 173–178.

23. Kremen T. V. Minus-mobilization as a cause of political apathy / T. V. Kremen // *European Applied Sciences.* – 2013. – № 8. – P. 76–77.

24. Kremen T. V. Rola mediów socjalnych w rozstrzygnięciu zadań współczesnej oświaty / T. V. Kremen // *Ruch Pedagogiczny.* – 2013. – № 5/6. – S. 173–178.

25. Kremen T. V. Transparency of Political Processes by Means of Mass Media / T. V. Kremen // *Geopolitica. Rivista dell'Istituto di Alti Studi in Geopolitica e Scienze Ausiliarie.* – 2013. – Autumn. – Vol. II, No. 3: The state of the European Union. – P. 160–165.

#### *Статті і тези наукових конференцій*

26. Кремень Т. В. Объекты и субъекты политической мобилизации [Текст] / Т. В. Кремень // Материалы международной конференции «Фундаментальные и прикладные исследования: новое слово в науке». – М., 2013. – С. 151–157.

27. Кремень Т. В. Компоненты политической мобилизации [Текст] / Т. В. Кремень // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история : сб. ст. XXVIII междунар. науч.-практ. конф. (9 сент. 2013 г.). – Новосибирск, 2013. – С. 6–12.

### *Публікації у інших виданнях*

28. Кремень Т. В. Політична мобілізація за допомогою інструменту соціальних медіа [Текст] / Т. В. Кремень // Наукові студії із соціальної та політичної психології: зб. ст. / Ін-т соціальної та політичної психології. – К., 2013. – Вип. 33 (36). – С. 265–270.

29. Кремень Т. Роль медіа в політичних процесах у Єгипті [Текст] / Тетяна Кремень // Трибуна. – 2013. – № 5/8. – С. 30–32.

## **АНОТАЦІЇ**

**Кремень Т. В. Політична мобілізація у контексті соціальних медіа. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук за спеціальністю 23.00.03 – політична культура та ідеологія. – Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. – Київ, 2014.

У дисертації розроблена концепція «політичної мобілізації», яка розкриває зміст участі громадян у реалізації поточних і стратегічних цілей політичних систем соціального процесу. Тенденція занепаду політичної активності громадян охарактеризована як диверсифікація процесу політичної участі індивідів у суспільному житті. Розкрита роль соціальних медіа як інструменту політичної мобілізації, які значно розширили коло можливостей для пошуку та поширення політичної інформації, знизивши трансакційні витрати на політичну участь. Авторка доводить гіпотезу, що політична мобілізація через інструмент соціальних медіа залучає до політичної діяльності аполітичні верстви населення. Завдяки легкодоступності соціальні медіа можуть бути використані кожним суб'єктом політичної діяльності, зокрема в умовах як демократичного, так і авторитарного режиму. У контексті дослідження вперше вказано на феномен «мінус-мобілізації», котра обумовлює підвищення рівня політичної апатії в суспільстві і є проявом загальної кризи політики, ознакою її симулятивної сутності в реаліях сучасного світу. Здійснений аналіз «негативної мобілізації» виявив важливість емоційного фактору в активізації громадянської свідомості. Доведено, що соціальні медіа створюють колективність нового типу, яка змінює

сучасне індивідуалістичне суспільство, виводячи політичну мобілізацію на новий рівень.

**Ключові слова:** політична участь, політична поведінка, політична свідомість, політична активність, політична субкультура, політична мобілізація, соціальні медіа, мінус-мобілізація, протестні рухи, політичний абсентеїзм, політична довіра, політичний фандрайзинг, новий колективізм.

**Кремень Т. В. Политическая мобилизация в контексте социальных медиа. – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени доктора политических наук по специальности 23.00.03 – политическая культура и идеология. – Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова. – Киев, 2014.

В диссертации разработана концепция «политической мобилизации», раскрывающая содержание участия граждан в реализации текущих и стратегических целей политических систем социального процесса. Политическая мобилизация является инструментом, с помощью которого обеспечивается тот уровень политического участия населения, который необходим для успешного функционирования конкретной политической системы. Показано, что политическая мобилизация выполняет важные социальные функции, влияя на формирование гражданина действия, производя новые типы политической культуры, адекватные вызовам современности. Задача мобилизации заключается в построении временной коллективной идентичности, что создает у индивида ощущение полноты и самоценности жизни. Тенденция упадка политической активности граждан охарактеризована как диверсификация процесса политического участия индивидов в общественной жизни.

В исследовании показано, что выявление важных проблем жизни человека в глобальном мире информации актуализирует проблему «современности», концептуализированную в теоретических дискурсах социогуманитарного и политического познания. Важным признаком современности является наличие в ее пространстве информационных технологий, порождаемых научно-техническим прогрессом и инновационным мышлением. Становление современного постиндустриального общества и его политической культуры также обусловлено развитием информационных технологий. Полифоническая сложность политического процесса обуславливает взаимодействие противоречивых аспектов политического и социального воспроизводства. Они онтологизируются, превращаются в особые объекты, которые в дальнейшем рассматриваются в качестве социально-политической реальности («жизнь людей»), исходной для анализа современности. Практическая потребность в решении в первую очередь

современных проблем указывает на то, что единство социального и политического познания определяется не столько принципами познания, сколько реальными проблемами, которые возникают перед индивидами в их практической жизни и деятельности. Тем самым определяется новая интеграция социально-политических наук, которая дает возможность определить более перспективные инструменты политической деятельности, среди которых важное место принадлежит политической мобилизации.

В работе акцентируется внимание на проблеме свободы, которая является наиболее важной характеристикой современности. Если высшими ценностями культуры выступают такие абстрактные категории, как «истина», «добро», «красота», то для политической жизни общества главными ценностями выступают «демократия», «закон», «права человека», и, конечно, свобода - «свобода слова», «свобода волеизъявления», «свобода выбора »и другие. Сегодня, в результате информационно-телекоммуникационной революции, они приобретают особую специфику и колорит, в частности в процессе решения проблем политической сферы жизни общества, эффективным инструментом активности которого выступают социальные медиа.

Раскрыта роль Интернета как инструмента политической мобилизации, значительно расширившего круг возможностей социальных медиа для поиска и распространения политической информации, снизившего транзакционные издержки на политическое участие. Социальные медиа как канал коммуникации в процессах мобилизации становятся все более востребованным инструментом как у государств, так и у негосударственных политических акторов. Благодаря своим свойствам – быстрому потоку информации, коллективному диалогу, упрощенной схеме поиска единомышленников – социальные медиа являются удобным и адекватным средством политической мобилизации. В работе подчеркивается, что социальные медиа расширяют спектр политической деятельности, поскольку способствуют появлению новых, творческих форм гражданского участия в политических процессах. В работе доказывается гипотеза, что политическая мобилизация через инструмент социальных медиа привлекает к политической деятельности аполитичные слои населения. Благодаря легкодоступности социальные медиа могут быть использованы каждым субъектом политической деятельности, в частности как демократическим, так и авторитарным режимами.

В контексте исследования впервые показано феномен «минус-мобилизации», которая обуславливает повышение уровня политической апатии в обществе и является проявлением общего кризиса политики, признаком ее симулятивной сущности в реалиях современного мира. В демократических обществах проводится мобилизация, направленная на повышение политического интереса населения, а в государствах авторитарных проводится

«минус-мобилизация», направленная на рост политического абсентеизма в форме политической апатии. Определенной степени «минус-мобилизация» свойственна всем политическим системам, а ее задача состоит в достижении желаемого уровня невмешательства в политические процессы, которые обеспечивают стабильность власти. Проведенный анализ «негативной мобилизации» обнаружил важность эмоционального фактора в активизации гражданского сознания.

В работе аргументирована амбивалентная роль социальных медиа. Они могут быть угрозой для авторитарных режимов, но также могут стать разрушительными и для демократических государств. Парадокс мобилизации, которая осуществляется через инструмент социальных медиа, заключается в том, что наиболее эффективна она тогда, когда осуществляется ради неполитической цели. Социальные медиа создают коллективность нового типа, изменяющую современное индивидуалистическое общество, выводя тем самым политическую мобилизацию на новый уровень.

**Ключевые слова:** политическое участие, политическое поведение, политическое сознание, политическая активность, политическая субкультура, политическая мобилизация, социальные медиа, минус-мобилизация, протестные движения, политический абсентеизм, политическое доверие, политический фандрайзинг, новый коллективизм.

**Kremen T. Political Mobilization in the Context of Social Media. — Manuscript.**

Dissertation to obtain scientific degree of a Doctor of Political Sciences in speciality 23.00.03 — political culture and ideology. — National Pedagogical Dragomanov University. — Kyiv, 2013.

Dissertation is devoted to the concept of political mobilization realized through the instrument of social media. The concept of political mobilization as a political participation of individuals and as an integral part of political systems is developed. The trend of fading political activity is defined as a diversification of political participation process. The role of social media as an instrument of political mobilization is analyzed, as they have enhanced the ability of political actors to mobilize their audience, simplified the process of expansion of political information and reduced the transactional costs for political participation. The author demonstrates that political mobilization through the instrument of social media involves in political participation the apolitical groups of voters. As social media are available to any political actor they can be used under any political regime, either democratic or authoritarian. The concept of minus mobilization is revealed for the first time as a process which determines the expansion of political apathy in the society and is the after-effect of global politics' crisis, the indication of its simulative nature in the

modern world. The analysis of negative mobilization reveals the importance of emotional factor in the activation of public opinion and rise of political commitment. It is demonstrated that social media are creating the collectivity of a new type, which transforms the modern individualistic society, providing the new dimension for political mobilization.

**Key words:** political participation, political behavior, political consciousness, political activity, political subculture, political mobilization, social media, minus mobilization, protest movements, political absenteeism, political trust, political fundraising, new collectivity.