

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА БІБЛІОТЕКА УКРАЇНИ  
імені В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ  
ВЗАЄМОВПЛИВУ ВЛАДИ  
ТА ГРОМАДЯНСЬКОГО  
СУСПІЛЬСТВА**

Київ 2014

УДК 316.472.4:342.3:316.3

ББК Ф3(4УКР)1+Ч238.73

С692

Затверджено до друку вченою радою  
Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського  
(протокол № 9 від 29.09.2014)

Авторський колектив:

О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик, Ю. М. Половинчак,  
Т. Ю. Гранчак, О. В. Ворошилов, Л. М. Галаган, Л. А. Чуприна, С. В. Горова,  
Є. А. Кулик, С. Ю. Вербицький, Н. С. Вітушко

Рецензенти:

Л. А. Дубровіна, чл.-кор. НАН України, проф.

С. Г. Кулешов, д-р іст. наук, проф.

**Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства :**

С692 [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2014. – 260 с.

ISBN 978-966-02-7364-1

У монографії розглянуто соціальні інформаційні мережі як новітні форми інформаційних обмінів, що набувають зростаючого значення в житті сучасної України у зв'язку з успішним перебігом інформатизації, процесом зміцнення внутрішньосупільних зв'язків на новій технологічній основі. Акцентовано увагу на співвідношенні системи горизонтальних і вертикальних інформаційних обмінів під час розвитку процесів суспільної самоорганізації, удосконалення якості інформаційного забезпечення діяльності управлінських структур.

Орієнтована на науковців, практиків у сфері інформатизації, широкого загалу читачів, які цікавляться цією проблемою.

**УДК 316.472.4:342.3:316.3**

**ББК Ф3(4УКР)1+Ч238.73**

**ISBN 978-966-02-7364-1**

© О. С. Онищенко, В. М. Горовий,  
В. І. Попик та ін., 2014

© Національна академія наук України,  
Національна бібліотека України  
імені В. І. Вернадського, 2014

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОБМІНІВ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА .....</b>	<b>8</b>
1.1. Особливості розвитку системи соціальних комунікацій у соціальній структурі українського суспільства.....	8
1.2. Інформаційні обміни в українських соціальних мережах.....	17
<b>РОЗДІЛ 2. ГУМАНІТАРНІ ЗРІЗИ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....</b>	<b>34</b>
<b>РОЗДІЛ 3. ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ В СИСТЕМІ СУСПІЛЬНОЇ САМООРГАНІЗАЦІЇ.....</b>	<b>71</b>
3.1. Особливості представлення управлінських структур у соціальних мережах .....	71
3.2. Роль соціальних медіа у формуванні національного інформаційного ресурсу управлінської діяльності.....	81
3.3. Соціальні мережі як засіб трансформації суспільної організації .....	106
<b>РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – ІННОВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>133</b>
4.1. Інформаційно-комунікаційна складова процесу управління: підходи до застосування інструментарію соцмереж .....	133

4.2. Моніторинг соціальних медіа як інструмент зворотного зв'язку в системі управління.....	140
4.3. Персональні сторінки соцмереж як платформа для зворотного зв'язку в управлінській діяльності .....	158
4.4. Соціальні медіа – інструмент формування управлінських систем мережевого типу .....	165

**РОЗДІЛ 5. БЛОГОСФЕРА В СКЛАДІ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ.....178**

5.1. Особливості інформаційних обмінів у блогосфері.....	178
5.2. Особливості функціонування української блогосфери .....	198

**РОЗДІЛ 6. СПЕЦИФІКА ПРОБЛЕМ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВОГО ІНФОРМУВАННЯ.....219**

**ВИСНОВКИ.....244**

## ВСТУП

Стрімкий розвиток соціальних мереж як найбільш популярної форми горизонтального спілкування в Україні прямо пов'язаний з успіхами інформатизації, що забезпечила доступ до інформаційних ресурсів на сьогодні ще хоч і не всім громадянам, але вже охопила найбільш соціально активну частину населення. У національному інформаційному просторі, таким чином, розвивається суспільна активність не тільки у сфері пошуку й використання потрібної для користувачів інформації, але зростає також і процес виробництва нових інформаційних ресурсів різного призначення і, при цьому, різної якості виготовлення.

Зростаюче виробництво нової інформації в національному інформаційному просторі з точки зору самоорганізації суспільства, з одного боку, є явищем позитивним, оскільки сприяє розвитку загальнонаціонального інформаційного потенціалу, що в умовах становлення інформаційного суспільства є важливим фактором самоутвердження в сучасних міжнародних відносинах. З іншого – унаслідок активної участі в інформованні переважної більшості некваліфікованих або ж малокваліфікованих ентузіастів – національний інформаційний простір переповнюється інформацією, яку важко віднести до суспільно значущої, вичерпної та достовірної. Водночас така неякісна, досить часто навіть шкідлива, інформація знаходить свого користувача, задовольняє його невибагливі запити і в тій чи іншій мірі виховує його. Соціальні мережі якраз і є тим сегментом інформаційного процесу, де ця тенденція є найбільш помітною, у якій на сьогодні ще недостатньо представлена держава через свої органи управління, вітчизняна наука, якісна журналістика тощо.

У ситуації, що створилася останнім часом з розвитком інформаційних технологій, удосконаленням загальносуспільної системи соціальних інформаційних комунікацій в Україні процес самоорганізації вітчизняного інформаційного простору розвивається фактично без помітного врахування національних інтересів,

що в перспективі може обернутися неконтрольованими і далеко не завжди позитивними зарубіжними впливами на значну частину українського суспільства. У зв'язку з цим процеси загальносуспільної інформатизації в Україні вже сьогодні потребують внесення певних корективів через систему сформованих соціальних комунікацій. Ці інформаційні комунікації в процесі свого розвитку мають використовуватися не лише як соціальний інструмент, призначений для забезпечення суспільно значущою інформацією всіх елементів соціальної структури суспільства зверху донизу, від організаційно-керівної ланки суспільства – як суб'єкта інформаційної діяльності, до кожного члена суспільства як об'єкта інформаційних впливів, а й у зворотному напрямі. При цьому має здійснюватися налагодження загальносуспільних інформаційних обмінів в інтересах розвитку сучасного суспільства.

Удосконалення внутрішньої єдності й керованості суспільного організму на базі збереження оптимального для розвитку урівноваження процесів інформування суспільства, здійснюваного з допомогою вертикальних інформаційних обмінів і посилення в цих обмінах зворотного зв'язку на базі використання відповідних громадянських ініціатив сприяє забезпеченню його стабільності. Дотримання оптимальних пропорцій при використанні вертикальних і горизонтальних напрямів інформаційної діяльності має створити основу для функціонування ефективного в умовах інформаційного суспільства національного інформаційного комплексу.

Якісною відмінністю такого комплексу від усіх попередніх способів організації в суспільстві інформаційної діяльності є не лише нова інформаційно-технологічна основа цього виду діяльності, а й нові потенційні можливості для консолідації суспільства та зростання ефективності його функціонування внаслідок створення умов для налагодження внутрішньосуспільних інформаційних обмінів, зміцнення на цій основі внутрішньосуспільної єдності, протистояння негативним зарубіжним впливам на інформаційний простір України. Зростаюче значення технологій соціальних мереж у розвитку цих процесів сьогодні вже не викликає сумнівів. Крім розвитку міжособистісного спілкування у вітчизняних соціальних комунікацій наявна значна перспектива в здійсненні науково-інформаційного супроводу реалізації державних програм національного розвитку, прискоренні науково-прикладних досліджень, пов'язаних з інтересами вітчизняних економічних структур, налагодженні співробітництва, виходячи з національних інтересів, із зарубіжними суб'єктами економічної діяльності на внутрішніх і зарубіжних ринках, особливо при реалізації спільних проектів, створенні спільних підприємств із вітчизняними економічними структурами.

З розвитком електронних інформаційних технологій як повноправного, а на сьогодні вже провідного механізму інформаційних обмінів у національному інформаційному просторі набувають чіткості такі основні тенденції інформаційного обслуговування владних структур як впровадження електронного урядування, розширення можливостей співробітництва з управлінськими структурами інформаційних, інформаційно-аналітичних структур, що займаються виробництвом, організацією структурування, зберігання, аналізу й підготовки до ефективного використання суспільно значущих інформаційних ресурсів.

Помітне зростання популярності соціальних мереж серед масового користувача привертає увагу суб'єктів економічної діяльності, політтехнологів, представників різних інформаційних центрів, усіх інших суб'єктів інформаційної діяльності, зацікавлених у впливі на масову громадську думку. У недавніх подіях на Майдані було продемонстровано також організаторські можливості, закладені в інформаційному інструменті соціальних мереж. Чи не найбільш переконливо це показано на прикладі Автомайдану, організації протестних акцій у столиці України та в регіонах. Певною мірою можна говорити про українське підтвердження даних спеціалістів і признань офіційних учасників подій, що якраз Twitter і Facebook відіграли основну роль у соціальних збуреннях, названих іще «революціями» в більшості країн арабського світу.

Крім об'єднань на основі поєднання економічних, політичних інтересів, спільних уподобань у дозвільній сфері сучасні можливості в інформаційній сфері поступово створюють нову ситуацію в сучасному соціальному організмі, піднявши потенційне соціальне значення особи, розширивши можливості для організації так званих віртуальних, таких, що можуть або мають виявитись за певних умов соціальних утворень і їх зростаючий вплив на суспільне життя.

Однак при цьому ще не відбувається використання соціальних мереж як ефективного механізму мобілізації творчого потенціалу українського суспільства, джерела оновлення національних інформаційних ресурсів, інформаційного механізму розвитку громадянського суспільства і сучасної державності в Україні в умовах глобальної інформатизації. Ситуація, пов'язана з розв'язанням цих проблем, розглядається в пропонованій монографії.

# ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОБМІНІВ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

## 1.1. Особливості розвитку системи соціальних комунікацій у соціальній структурі українського суспільства

З розвитком ефективності всіх видів суспільної діяльності людини процес її соціалізації постійно вдосконалюється. Він базується, зокрема, на факторі зростання ефективності спільних дій, що, на відміну від спільних зусиль інших видів біологічних істот, перетворилися на усвідомлені цілеспрямовані процеси. Інформаційна насиченість сучасного життя, що активно стимулює розширення громадських і міжособистісних контактів, визначає також розвиток гуманістичної сфери в суспільстві, сприяє зародженню нових соціальних ініціатив, розвитку культурних процесів у соціумі та ін. [1]. При цьому слід зауважити, що мова йде не лише про виробничу, перетворювальну діяльність стосовно навколишнього середовища, а й про внутрішньосуспільну організацію, формування духовно-культурної сфери суспільства.

У цілому ж загальні закономірності еволюції сучасної цивілізації, удосконалення структури суспільства і нерозривно пов'язаний із цими процесами розвиток горизонтальних форм обміну інформацією, соцмереж, – все це особливо динамічно й наочно проявилось в останні десятиріччя у регіонах кардинальних суспільних перетворень, у тому числі в новій українській державі. У політичній сфері на зміну однопартійній системі в Україні прийшла ціла палітра партій, громадських об'єднань і рухів, що об'єктивно мають створювати умови для багатоваріантних можливостей розв'язання проблем, які постають перед Україною, і захоплено воюють між собою



за власні інтереси, тобто за владу. У сфері економіки державна власність, колективне господарювання в аграрному секторі втратили традиційну для соціалістичного періоду розвитку монополію і замінені ринковими формами господарювання з усією різноманітністю цих форм, що також відображене в інформаційній сфері, національному інформаційному просторі. Відбувається істотне розшарування, ускладнення соціальної структури в усіх сферах життя суспільства, що переважтажує структуру соціальних комунікацій, насамперед на горизонтальних рівнях. І цей фактор обумовлює необхідність оперативної трансформації, приведення до вимог сучасності інформаційної системи, що обслуговує українське суспільство. Як зауважує М. Кастельс, сучасні спільноти «працюють на основі двох головних спільних культурних характеристик. Перша – це цінність горизонтальної вільної соціальної комунікації... Друга спільність, що виникає з віртуальних громад, – це те, що я визначив би як самокероване створення мережі» [2].

Процеси загальносуспільної інформатизації значно прискорили перебіг структурних перетворень у сучасному соціумі. Вони також стали сильним каталізатором суспільної активності в інформаційній сфері, у використанні системи вже сформованих соціальних комунікацій не лише як соціального інструменту, призначеного для забезпечення суспільно значущою інформацією всіх елементів соціальної структури суспільства зверху донизу, від організаційно-керівної ланки суспільства – як суб'єкта інформаційної діяльності, до кожного члена суспільства як об'єкта інформаційних впливів, а й у зворотному напрямі. При цьому відбувається налагодження загальносуспільних інформаційних обмінів в інтересах існування й розвитку суспільства [3].

Оскільки основоположною загальноцивілізаційною тенденцією соціального розвитку є вдосконалення внутрішньої єдності й керованості суспільного організму, то процес посилення зворотного зв'язку на базі громадянських ініціатив у вертикальних інформаційних обмінах [4] у процесі розвитку інформатизації саме й відкриває нові потенційні можливості для консолідації суспільства та зростання ефективності його функціонування. На нинішньому етапі розвитку інформаційних технологій фактично зникає проблема браку інформації в усіх сферах суспільного життя, і відповідна проблематика переноситься на рівень забезпечення необхідної якості інформаційних ресурсів і ефективності їх використання.

Варто зазначити, що зростання ефективності використання електронних, найбільш використовуваних інформаційних комунікацій в українському інформаційному просторі розпочалось із сфери економічних відносин, сфери найбільше фінансованої приватним, насамперед зарубіжним капіталом. Цією ж обставиною пояснюється і впровадження в практику інформаційних обмінів зарубіжних інформаційних технологій та суттєве зниження запитів, при нейтральній позиції Української держави, на колись провідні у світі українські інформаційні технології.

При цьому у зв'язку з розвитком інформатизації відбувається загострення суспільної уваги на забезпеченні розвитку й ефективного функціонування соціальних інформаційних комунікацій. Ці комунікації є основним інструментом доступу до виробництва й поширення найновіших інформаційних ресурсів. Як зауважує Г. Почепцов, «медіакомунікації можна визначити як тип соціальної взаємодії людей за допомогою медіа. При чому як медіа слід розглядати не лише ЗМІ, це значно ширше поняття. Це будь-який інформаційний носій, який фіксує соціальні смисли, об'єднуючи людей у просторі та часі» [5].

Саме у сфері електронної інформації вони набувають багатоаспектної різноманітності та сприяють зростаючій ефективності використання інформації. Від обслуговування файлових систем та систем керування базами даних при цьому відбувається перехід до формування відкритих систем з розподіленою обробкою даних і комп'ютерних мереж, із розробкою клієнт-серверних, веб-серверних та інтернет-технологій [6].

З початку нинішнього століття розвивається система соціальних інформаційних мереж для обслуговування згідно з методологією CSRP (CUSTOMERSYNCHRONIZEDRESOURCEPLANNING) – планування ресурсів, синхронізованих з покупцем при використанні інтернет-інтранет-технологій. Соціальні інформаційні комунікації цього періоду розвиваються в напрямках:

- «– максимального використання потенціалу ПК і середовища розподіленої обробки даних;
- модульної побудови системи (поєднання різних типів архітектурних рішень у межах одного комплексу);
- економії ресурсів системи за рахунок централізації зберігання та обробки даних на вищих рівнях системи;

– наявності ефективних централізованих засобів мережевого системного адміністрування» [7].

Таким чином, відповідно до зростаючих суспільних потреб, пов'язаних із включенням у процес інформатизації зростаючої кількості громадян України, спочатку в економічній, а потім і в інших сферах суспільної діяльності розвивається різноманітна система електронних інформаційних комунікацій, у тому числі й соціальних мереж. «...Те, що ми спостерігаємо у наших суспільствах, – це розвиток комунікаційного гібриду, який поєднує фізичне місцеперебування та кібернетичне місцеперебування, що діє як матеріальна опора мережевого індивідуалізму» [8].

За даними компаній GFK Ukraine, InMind та УНІАН, Інтернет-асоціації України, кількість інтернет-користувачів у 2013 р. налічувалася від 17,34 до 19,7 млн (або 43 % населення України) проти 15,4 млн на I квартал 2012 р. За підсумками I кварталу 2013 р. 79 % комп'ютерів у країні було підключено до Інтернету (фіксований зв'язок), у 2012 р. цей показник становив 75 %, у 2011-му – 70 % [9]. За даними Держстату за показником проникнення доступу в Інтернет серед підприємств також лідирує Київ, де його мають близько 95 % підприємств. У промислових регіонах цей показник становить вище 85–87 %, серед аутсайдерів – Чернівецька та Хмельницька області, де лише 72–75 % обстежених підприємств мали доступ в Інтернет [10].

Характерною особливістю розвитку соціальних інформаційних комунікацій, пов'язаною з цими процесами, є те, що разом із вдосконаленням вертикальної їх складової, що сприяє інформаційним обмінам з управлінськими структурами, розвивається горизонтальна складова. Вона пов'язана з розвитком ділової інформації між суб'єктами економічної діяльності без прямого втручання владних структур. Крім того, сама інформаційна індустрія набуває дедалі більш значущих обертів.

За даними Держстату [11], протягом першого півріччя 2013 р. в Україні надано інформаційних послуг із програмування на суму 5,0 млрд грн, за той же час населенню надано ІТ-послуг на суму 166 млн грн. Сьогодні Україна є одним з найбільших ринків ІТ-послуг у Східній Європі.

За даними Світового банку, за останнє десятиліття Україна збільшила обсяг експорту ІТ-послуг майже в 10 разів, досягнувши 1,5 млрд дол. США.

Курс на інноваційний розвиток українського суспільства обумовлює розвиток інформаційних комунікацій наукової сфери, у тому числі

горизонтальних. Остання характерна ознака в умовах сучасної дійсності обумовлена кооперативними тенденціями між закладами науки, що дають можливість ефективніше використовувати ті дуже скромні кошти, що виділяються на підтримку наукової сфери, і спільно проводити дослідження. Крім того, горизонтальні зв'язки сприяють розвитку міждисциплінарних досліджень.

Національний пріоритет у цьому питанні має бути пов'язаний з формуванням системи електронних інформаційних комунікацій, спрямованих на організацію приросту наукового знання як важливої умови інноваційного розвитку суспільства. Найбільш успішним здобутком у цьому напрямі було завершення реалізації в минулому році Державної цільової науково-технічної програми впровадження і застосування грид-технологій на 2009–2013 рр., затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23 вересня 2009 р.

У практиці функціонування сучасних електронних інформаційних технологій звертає на себе увагу та обставина, що більшість персональних комп'ютерів, більшість комп'ютерних центрів у цілодобовому вимірі використовують лише кілька відсотків своєї потужності, лише час від часу виконуючи завдання, що потребують значної потужності [12]. Грид-технології, розроблені американськими дослідниками Я. Форстером і К. Кесельманом, забезпечують більш ефективне використання обчислювальних ресурсів по територіально розділених сайтах, що є перспективним напрямом підвищення дієвості вітчизняних комп'ютерних систем. Виходячи також з реальних вітчизняних можливостей фінансування, необхідності розвитку горизонтальних інформаційних обмінів при використанні потужних комп'ютерних систем як у господарських цілях, так і з метою включення в реалізацію великих міжнародних наукових проєктів, у розвиток міжнародного наукового співробітництва науково-технічні роботи, які фінансувало Держінформнауки, були спрямовані на створення й забезпечення розвитку матеріально-технічної бази національної грид-мережі, забезпечення її інтеграції у європейську і світову грид-інфраструктуру. У результаті виконання робіт у 2013 р. сформульовано вимоги та обрано оптимальні програмно-апаратні технології роботи з банками даних в українській грид-мережі на базі технологій SRM, LFC, AMGA, 10 Gigabit Ethernet, RDMA. Розроблено алгоритми роботи агентів та грид-служб роботи з банками да-

них у грід, які забезпечують надійність, продуктивність, можливість перенесення на рівні, заданому користувачем.

Таким чином, вітчизняні соціальні комунікації розвиваються в напрямі забезпечення дієвих можливостей для здійснення науково-інформаційного супроводу реалізації державних програм національного розвитку, інтеграції в структуру міжнародної наукової діяльності, забезпечення українського внеску в цю діяльність, відродження на цих засадах позицій вітчизняної науки на міжнародній арені і в Україні, розвитку науково-прикладних досліджень, пов'язаних з інтересами вітчизняних економічних структур, налагодження співробітництва, виходячи з національних інтересів, із зарубіжними суб'єктами економічної діяльності на внутрішніх і зарубіжних ринках особливо при реалізації спільних проєктів, створенні спільних підприємств з вітчизняними економічними структурами [13]. Важливо підкреслити, що перспектива вдосконалення наукової підтримки в реалізації масштабних планів загальнонаціонального значення вітчизняною наукою в тривалій перспективі можлива лише за умови відновлення й розвитку фундаментальних наукових досліджень у контексті актуальних проблем сучасності.

У процесі вдосконалення українського державотворення протягом двох останніх десятиріч набули якісно нового змісту вимоги до системи соціальних інформаційних комунікацій, пов'язані з необхідністю вдосконалення процесу продукування ресурсів для обслуговування інформаційної вертикалі органів державної влади й місцевого самоврядування. З розвитком електронних інформаційних технологій як повноправного, а на сьогодні вже провідного механізму інформаційних обмінів в національному інформаційному просторі набувають чіткості такі основні тенденції інформаційного обслуговування владних структур:

- організація електронного урядування;
- розробка технологій співробітництва з управлінськими структурами інформаційних, інформаційно-аналітичних структур, що займаються виробництвом, організацією структурування, зберігання, аналізу та підготовки до ефективного використання суспільно значущих інформаційних ресурсів.

Стосовно проблеми електронного урядування як недоліка варто зауважити про те, що в теоретичному плані ще до сьогодні ведеться дискусія стосовно самого поняття «електронний уряд». Г. Почепцов і С. Чукут у зв'язку з цим зазначають, що в різних дослідників під цим урядом розуміється

і той, що має власний портал, і той, що активно взаємодіє з громадянами за допомогою мережі Інтернету, і той, що забезпечує усю сферу електронних послуг громадянам [14]. Хоча практика показує, що максимально ефективним електронне врядування стає лише за наявності кожного з вказаних компонентів, плюс забезпечення зворотного зв'язку при реалізації владних рішень та проектів, при створенні атмосфери громадської активності, спрямованої на вдосконалення управлінської діяльності.

Таким чином, певна теоретична неузгодженість негативно позначається на практичному впровадженні владними структурами системи електронного урядування. Хоча сьогодні можна говорити про те, що в державі налагоджується розвиток механізмів своєчасного, якісного інформування значною частиною владних структур усіх рівнів громадян про зміст своєї діяльності, організація системи зворотного зв'язку з оцінками цієї діяльності. У 2013 р. уряд затвердив План заходів щодо реалізації Концепції створення та функціонування інформаційної системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів (розпорядження Кабінету Міністрів України від 11.07.2013 р. № 517-р). Одночасно Держінформнауки у 2013 р. створено та проведено дослідну експлуатацію першої черги інформаційної системи електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів.

Система гарантує прямий доступ до інформаційних ресурсів, їх технологічну сумісність і захист персональних даних. Тобто об'єднуються два базові принципи – відкритість і безпека. Основними принципами побудови системи є:

- використання всіх напрацьованих на сьогодні програмно-технічних рішень щодо автоматизації документообігу в органах виконавчої влади;
- використання єдиного формату обміну електронними документами при організації електронної взаємодії;
- застосування електронного цифрового підпису;
- взаємодія з існуючими системами електронного документообігу органів виконавчої влади.

Основними функціями системи є:

- приймання та передавання організаційно-розпорядчих електронних документів Секретаріату Кабінету Міністрів, міністерствам та органам виконавчої влади;

- приймання та передавання електронних документів між Секретаріатом Кабінету Міністрів, міністерствами та органами виконавчої влади;
- організація погодження проектів нормативних-правових актів між органами виконавчої влади;
- контроль за виконанням доручень Секретаріату Кабінету Міністрів.

На сьогодні до системи підключено Апарат Верховної Ради України, Секретаріат Кабінету Міністрів України, усі міністерства та центральні органи виконавчої влади [15].

Розвиток електронних інформаційних технологій, у тому числі відповідних інформаційних комунікацій, відкриває перспективи вдосконалення технологій співробітництва з управлінськими структурами інформаційних, інформаційно-аналітичних структур, що займаються виробництвом, організацією структурування, зберігання, аналізу та підготовки до ефективного використання суспільно значущих інформаційних ресурсів. Однак, хоча в середовищі практиків інформаційної сфери вже утвердилася думка про необхідність концентрації зусиль наявних інформаційних центрів під координуючим началом Української держави, на практиці такий напрям діяльності реалізується слабо. І, отже, держава не мобілізує навіть наявний інформаційний потенціал у суспільстві для вдосконалення управлінської діяльності, розв'язання надзвичайно актуальної для України проблеми консолідації суспільства. І справа в цьому випадку не лише в незрівнянно нижчих матеріально-технічних можливостях українських інформаційно-аналітичних центрів в порівнянні із західними, у недостатньому професійному рівні значної кількості потенційних замовників на інформаційну чи аналітичну продукцію, які не можуть сформувати попит на такі продукти.

Поряд із цим важливою виявилася ще одна обставина. На Заході середовищем широкого використання «мозкових центрів» були сфери публічної політики. Однак в українському політикумі лише останнім часом у нової політичної еліти виявився практичний інтерес залучення широких мас до активної участі в політичному процесі та розвитку у зв'язку з цим широкого політичного інформування. Це пояснювалося не лише алергією більшості населення на декларативне марнослів'я ідеологів так званої «перебудови», а й політичною невизначеністю більшості існуючих сьогодні партій усіх напрямів, слабким теоретичним обґрунтуванням їхніх програм, відривом від реалій сьогодення та згадуваною розмитістю загально-

суспільних ідеалів. Цей фактор теж не сприяв появі високоякісних структур типу американських «фабрик думки» [16] у сфері політичного життя українського суспільства. Виникнення в США таких структур пояснюється ситуацією, коли державні інститути, громадські організації, бізнесові структури вже не в змозі самотійно упоратися, з одного боку, із величезним потоком інформації, зі зростаючими проблемами суспільної значущості, з іншого – у суспільстві збільшується кількість людей з вищим освітнім рівнем, і саме «фабрики думки» дають змогу долучитися до розв'язання складних загальносуспільних проблем людям, яких з тих чи інших причин не влаштовує робота в традиційних державних, наукових чи політичних структурах, де відсутні умови для повного їх самовираження.

Очевидно, що ситуація в нашій країні відмінна від стану справ у США і поки що не передбачає створення таких високопродуктивних аналітичних структур. Проте дійсність вимагає і за наших умов опрацювання значних масивів інформації для вирішення актуальних суспільно значущих питань. Необхідні для цього структури найчастіше створюються при великих бібліотеках або ж самотійно, із використанням послуг інформаційних центрів.

Як показує практика, суттєву перспективу за нинішніх умов для вдосконалення інформаційного забезпечення органів державної влади, як і в цілому для розвитку процесу інформатизації в країні має система вітчизняних бібліотечних установ. У наш час, при певному, хоч і незначному матеріальному оновленню бібліотечних установ, їхні співробітники набувають навиків сучасних інформаційних працівників.

Саме ця категорія працівників сьогодні допомагає дедалі більшій кількості користувачів, у тому числі в інформаційно-аналітичних підрозділах владних структур, не потонути в гігантських масивах інтернет-інформації, займається структуруванням суспільно значущих масивів інформації, її відбором і підготовкою у зручній для використання формі замовникам, що значно підвищує ефективність роботи з цією інформацією.

Б. Патон справедливо назвав бібліотеки передовою базовою ланкою інформатизації, підкреслюючи, що «рух в інформаційне суспільство починається від мережі бібліотек, бо вони є володарями усієї досі накопиченої і оприлюдненої інформації» [17].

Слід зазначити також і ту обставину, що на базі електронних технологій нині ґрунтується вся система вертикальних і горизонтальних зв'язків



у процесі розвитку інформатизації суспільства. За допомогою сучасних ліній зв'язку створюються можливості різкого збільшення інформаційного потенціалу сучасних бібліотечних установ шляхом кооперації їхніх фондів. Таким чином, створюються передумови для поліпшення циркуляції інформації в масштабах загальнонаціональної інформаційної бази, удосконалюється відповідний системоорганізуючий механізм загальнодержавного значення. У цих умовах, залишаючись основними центрами зберігання інформаційних ресурсів, бібліотечні установи – що дедалі більшою мірою демонструє вже практика сьогодення – будуть розвиватися також як активні оператори інформаційними масивами в інтересах держави та суспільства. Вони, очевидно, мають ставати своєрідними методичними центрами з керування інформаційними потоками й ефективного використання інформаційних ресурсів. Ці функції сучасних бібліотек набуватимуть дедалі більшої актуальності для широкого користувача в процесі входження суспільства в його постіндустріальний, інформаційний етап розвитку.

Звертає на себе увагу також та обставина, що бібліотечні установи, як і всі інші суб'єкти інформаційного процесу в суспільстві, паралельно з розвитком системи вертикальних інформаційних обмінів активно розвивають їх горизонтальну складову. Таким чином, еволюція техніко-технологічної бази інформатизації, розвиток системи, насамперед електронних, соціальних комунікацій сприяє доступу громадян до інформаційних ресурсів, самостійного використання наявної і виробництва нової інформації і цим самим розширює можливості вільного розвитку й самоутвердження сучасної людини.

## **1.2. Інформаційні обміни в українських соціальних мережах**

Активний розвиток соціальних мереж як механізму горизонтальних інформаційних обмінів протягом останнього десятиріччя набув таких масштабів, що його можна кваліфікувати як новий етап у формуванні внутрішньосуспільної системи соціальних комунікацій. На користь такої точки зору свідчить принаймні таке:

– якщо до останнього часу використання цих технологій тон у формуванні системи соціальних комунікацій і масштабів їх впливу на формування

суспільної свідомості задавали центри керівництва і координації, що забезпечували функціонування суспільства з допомогою вертикальних способів інформаційних обмінів, то ініціатива й правила гри під час використання електронних соціальних комунікацій переходять до рівнозначних у соціальних вимірах учасників цього способу обмінів на кооперативних засадах;

– стимулом для такої форми спілкування є не потреби, пов'язані з необхідністю задоволення запитів функціонування й розвитку суспільства, членом якого є даний індивід, а його власні мотиви, бажання, захоплення, що лише опосередковано співвідносяться із суспільними інтересами: можуть підтримуватись у суспільстві, бути нейтральними стосовно його інтересів, або ж заперечуватись ним у тій чи іншій формі;

– на сьогодні соціальні мережі є засобами інформаційних обмінів найменш контрольованими правовою системою українського суспільства. У цьому плані вони є унікальними, оскільки всі раніше створені засоби ініціювалися владою і були в тій чи іншій мірі інструментом керування масами і в тій чи іншій мірі контролювалися нею. Це ж стосується і так званих демократичних, «незалежних» ЗМІ. Не зважаючи на декларативну демократичність, їх залежність від джерел фінансування також обумовлює необхідність відстоювання позицій цих джерел, пов'язаних із системою управління, що підтримують правлячі на даний момент кола або ж опонують їм.

Соціальні мережі вперше стали засобами обміну інформацією між людьми, контроль за змістом якої з боку держави є в правовому, техніко-технологічному плані суттєво обмеженим.

При цьому активізація горизонтальних соціальних мереж на основі електронних інформаційних технологій внесла в процеси інформаційних обмінів на рівні розвитку громадянського суспільства суттєві якісні зміни. З розвитком електронних інформаційних технологій протягом останніх двох – трьох десятиріч років горизонтальні комунікації, що використовуються, як правило, у спілкуванні соціально однорідних, або ж подібних структур чи окремих членів суспільства, інтенсифікували інформаційні обміни, і це сприяло:

– прискоренню і урізноманітненню контактів між людьми і їх об'єднаннями. «Онлайн мережі, – як зазначає М. Кастельс, – стають формами «спеціалізованих спільнот», тобто формами комунікабельності, побудова-

ним навколо специфічних інтересів...люди можуть належати до декількох таких мереж» [18];

– формуванню нових, віртуальних об'єднань людей за інтересами незалежно від відстаней і кордонів і, таким чином, розвитку нових, перспективних напрямів діяльності (до речі, перспективність при цьому визначається добровільною участю учасників у спільних діях). Як зауважує з цього приводу Г. Кардозо, «...ми бачимо присутність нового поняття простору, де фізичне і віртуальне впливає одне на одне, закладаючи підґрунтя для виникнення нових форм соціалізації, нових форм життя і нових форм соціальної організації» [19];

– на базі значного збільшення різноманітності підходів до суспільних проблем, точок зору на їх розв'язання досягненню більшої точності й глибини занурення в актуальну проблематику і, у кінцевому підсумку, зростанню творчого потенціалу суспільної діяльності;

– розширенню доступу до інформації і, що дуже важливо, можливостей використовувати вже напрацьовані ресурси та створювати нові, що створює умови для розвитку свободи й самоутвердження людей і їхніх соціальних об'єднань у структурі суспільства. Це стосується і традиційно існуючих, і нових, віртуальних об'єднань. Такою закономірністю, до речі, значною мірою пояснюється і зростання національної самосвідомості, активізація національних процесів у сучасних державах, особливо багатонаціональних.

Сьогодні, фактично, уже збулося короткотермінове пророкування М. Кастельса про те, що «мережі онлайн, коли вони стабілізуються у своїй діяльності, можуть побудувати спільноти, віртуальні спільноти, відмінні від фізичних спільнот, але необов'язково менш інтенсивні чи менш ефективні в поєднанні й мобілізації. Далі те, що ми спостерігаємо в наших суспільствах, – це розвиток комунікаційного гібрида, який поєднує фізичне місце перебування й кібернетичне місце перебування, що діє як матеріальна опора мережевого індивідуалізму» [20]. Ці процеси розвиваються також і в позавиробничій сфері, у громадській діяльності, сімейно-шлюбних стосунках, навчанні, організації дозвілля тощо.

Одним словом, життя кожної людини вплетене в густу мережу найрізноманітніших соціальних зв'язків і дій. Кожен суспільний індивід стає учасником й одночасно їх творцем. І в цій постійно ускладнюваній суспільній організації, що розвивається на постійно збагачуваній інформаційній

основі, кожен дієздатний її член бере участь у наповненні такої кількості інформаційних баз – основи будь-якої діяльності, яка відповідає кількості виконуваних ним соціальних функцій [21]. З розвитком процесу, коли громадяни за власною ініціативою стають творцями нової, розгалуженої системи соціальних комунікацій, наповнення її актуальним суспільно значущим змістом, створюються нові умови для самовияву творчої ініціативи учасників спілкування, підвищення якості реалізації творчого потенціалу суспільства.

Варто зауважити, що розвиток цього процесу свідчить про зростаючу популярність такої форми спілкування. Так, найбільш популярними зверненнями до Інтернету серед регулярних користувачів у I кварталі 2013 р. були: соціальні мережі – 63 %, електронна пошта – 50 %, завантаження фільмів і музики – 40 %, пошук інформації – 38 %, новинні сайти, читання газет – 31 %, інтернет-телефонія – 30 % [22].

Характерною особливістю соціальних мереж стала та обставина, що на базі спілкування в Інтернеті при цьому створюються нові, «віртуальні», як це часто не зовсім вдало називається в літературі, об'єднання людей на базі тих чи інших спільних інтересів. Ця віртуальність проявляється насамперед у ігноруванні членами таких співтовариств фактора відстаней для гуртування однодумців, що забезпечується сучасними технічними можливостями. На сьогодні практично відсутні аргументи проти твердження, що в даному випадку ми маємо справу з новим видом прояву соціальності, що характеризується:

- відсутністю або ж досить слабким проявом формальної організації, нерідко для цього потрібна лише формальна реєстрація на тому чи іншому сайті;

- можливою анонімністю, за якої стає важливою лише декларована позиція з обговорюваних на сайтах проблем;

- добровільністю входу в інтернет-співтовариство чи виходу з нього, якщо воно перестає задовольняти з тієї чи іншої причини когось із його членів. Ця обставина забезпечує наявність фактора ширості, давно вже втраченого реальною політикою;

- потенційною здатністю перенесення обговорюваних проблем у сферу «реальної» соціальної практики (аж до створення «віртуальних партій», майже миттєвої організації протестних акцій, інших скоординованих реаль-

них виступів на базі однакового ставлення до подій реального суспільного життя);

– фактичною реальною демократичністю таких організацій, можливістю рівноправного обміну інформацією між учасниками співтовариства, незалежно від реального соціального розшарування.

Дослідники також зауважують: «Позитивними моментами діяльності нових спільнот є те, що:

– вони дають змогу громадянам ефективно реалізувати своє право на участь в управлінні державними справами;

– здатні формувати громадянську позицію з тих чи інших суспільно значущих питань;

– можуть оперативно реагувати на зміну політико-правових умов;

– самі собою не потребують фінансової підтримки;

– існують без утворення власної адміністративної вертикалі» [23].

Як зауважували у своїй публікації американські дослідники Д. К. Р. Ліклайдер та Р. В. Тейлор стосовно перспектив розвитку соцмереж, «... у більшості галузей вони складатимуться з географічно віддалених елементів, які часом скупчуються в невеликі масиви, а інколи працюють відокремлено. Це будуть спільноти, об'єднані не географією, а зацікавленнями» [24].

Помітне зростання популярності соціальних мереж серед масового користувача привертає увагу суб'єктів економічної діяльності, політтехнологів, представників різного роду інформаційних центрів, усіх інших суб'єктів інформаційної діяльності, зацікавлених у впливі на масову громадську думку. В Україні, як у будь-якій іншій країні, на початковому етапі розвитку соцмереж спочатку вони виконують розважально-інформативну роль і лише після нагромадження певного суспільного досвіду, певного авторитету їх використання набуває більш прагматичного змісту. Входячи в інтернет-об'єднання через своїх агентів впливу, бізнесструктури від їх імені намагаються аргументовано сформувати вигідну для себе думку про певні товари та послуги, сприяти власному утвердженню на тих чи інших ринках. Якщо така робота буде проведена переконливо, бізнес-структура в результаті одержить довіру і цієї віртуальної спільноти, і невіртуального середовища, пов'язаного з нею родинними, дружніми відносинами, такого, що оточує цю спільність і збільшує її загальний суспільний вплив.

За минулий рік обсяг торговельних операцій збільшився на 45 % і досяг 1,6 млрд дол. Загалом, оціночний річний дохід українського інтернет-ринку становить не менш 3 млрд дол. США.

Робота в соціальних мережах дає можливість у торговельній сфері:

- створити власний канал обміну інформацією з аудиторією;
- організувати прямі продажі;
- підвищити відомість бренда;
- краще пізнати свою аудиторію [25].

Дослідники зауважують, що соціальні мережі сьогодні створили умови для формування нової світової тенденції побудови взаємовідносин з партнерами, колегами, користувачами значно менше в порівнянні з раніше виробленими, пов'язаними з вертикальними формами координації функціонування суспільства.

За оціночними даними дуже широко вже сьогодні використовують соціальні мережі для розвитку економічної діяльності ТОП-5 ресурсів електронної торгівлі. У лютому 2013 р. до числа лідерів у цій групі увійшли: Інтернет-магазин Rozetka (охоплення української інтернет-аудиторії – 21,8 %), дошка оголошень Slando (19 %), торговий центр в Інтернет Prom (18,7 %), Інтернет-аукціон Aukro і дошка оголошень Emarket (9,5 %) [26]. Найбільш популярними товарами, що реалізуються за допомогою нових торговельних технологій, є одяг, побутова, комп'ютерна та мобільна техніка, аксесуари, книги.

Уже сьогодні згідно з опитуванням, проведеним консалтинговою фірмою Hallvarsson & Hallvarsson (Швеція) серед 700 компаній із 21 європейської країни, 81 % опитаних розвиває корпоративні соціальні мережі, вважаючи їх чудовим інструментом для створення лояльності серед співробітників, маркетингових комунікацій з користувачами, формування іміджу, вивчення динаміки попиту, а також поширення інформації про себе [27].

Мережеві технології сьогодні вже прийшли в реальну українську політику і в життя реальних політиків. Характерною, у зв'язку з цим, є точка зору, висловлена «Коментарям» нещодавно, після бурхливих весняних подій на Майдані, політтехнологом С. Гайдаєм. Він справедливо вважає, що вже сьогодні «соцмережа наразі є інструментом, який може виконувати два завдання. Перше – це поінформованість, тобто можливість отримати джерело інформації. Крім того, політик може подати інформацію і сам ста-

ти першоджерелом. По-друге, для кожного грамотного політика важливе місце займає зворотний зв'язок. У діалозі зі своїми “друзями” можна перевірити певну аудиторію, подивитися на її реакцію... У соцмережах він веде прямий діалог за допомогою свого маленького ЗМІ. Його “тираж” вимірюється кількістю передплатників і “друзів”. Таке ЗМІ – п'ять тисяч “друзів” плюс передплатники – це вже тираж невеликої газети. При цьому дані читачі – абсолютно контрольовані, оскільки ти сам їх формуєш: когось можеш додати, когось заблокувати» [28]. Крім того, С. Гайдай ділиться з виданням прогнозом того, що «в майбутньому передвиборчий процес можна буде проводити, не виходячи за межі соцмережі. Не буде потреби заважати людині в реальності, стукати їй у двері, ловити її на вулиці, давати їй шматок паперу зі своїм обличчям. Грамотна робота в соцмережах розв'язуватиме велику кількість питань щодо діалогу зі своїми прихильниками» [29].

У недавніх подіях на Майдані було продемонстровано також організаційні можливості, закладені в інформаційному інструменті соціальних мереж. Чи не найбільш переконливо це було показано на прикладі Автомайдану, організації протестних акцій у столиці України та регіонах. Певною мірою можна говорити про українське підтвердження даних спеціалістів і признань офіційних учасників подій, що якраз Twitter і Facebook відіграли основну роль у соціальних збуреннях, названих іще «революціями» в більшості країн арабського світу [30].

Інформаційне середовище соціальних мереж з огляду на його зростаючу впливовість на свідомість користувачів поступово стає також об'єктом впливу владних структур, культурно-освітніх установ, різних любительських об'єднань за інтересами.

У зв'язку з цим, відтінюючи процеси, що відбуваються, заслуговує також на увагу думка Г. Почепцова про те, що «сьогодні зовнішня пам'ять (за М. Дональдом) мімікрувала в інший бік. Переключення людства на телебачення і інтернет – це принципово просторове об'єднання людства, а не об'єднання у часі, в якому було зацікавлено людство в минулому і яке забезпечували бібліотеки і архіви, а також культура в цілому. Сьогодні людство дивним чином використовує механізми об'єднання у часі для того, щоб створити протилежне до нього об'єднання у просторі» [31]. Можна погодитися, що нині вона досить точно відображає ситуацію в суспільстві. Однак це стосується лише сьогодення. Власне, сам Г. Почепцов підводить до

такого висновку. Він говорить про те, що «молодь не просто сьогодні стала менше читати, це ще й результат непотрібності знань в цьому новому типі суспільства. Коли деякі політологи говорять сьогодні, що людство за якихось причин повернулося у бік регресу, то падіння статусу книги є і ознакою, і причиною цього» [32].

З автором такого твердження можна було б погодитись, коли б у суспільстві не поширювалася тривога з приводу комп'ютерного звикання, своєрідної комп'ютерної наркоманії, що дедалі сильніше турбує в наш час психологів. Коли б не частішали факти в нашому суспільстві, коли наймолодше наше покоління освоює комп'ютер, не навчившись на пристойному рівні читати й дійсно починає нехтувати книгою як інформаційним інструментом невисокої продуктивності. Якщо ж у цілому говорити про задоволення інформаційних запитів молоді, то з допомогою електронних інформаційних технологій вони задовольняються з набагато більшою інтенсивністю, ніж у часи «читаючого суспільства».

У даній ситуації, очевидно, слід говорити про проблему відставання сучасного суспільства в насиченні значущою для нього, його розвитку інформацією техніко-технологічної бази, що з'явилася в його розпорядженні під впливом стрімкого розвитку науково-технічного прогресу та несподівано для нього швидко завоювала інформаційний простір. Будемо сподіватись, що шок від інновацій у суспільстві так само швидко минатиме з освоєнням нових інформаційних інструментів. І користувачі електронної інформації матимуть змогу з допомогою комп'ютера (не відмовляючись зовсім від книжки) прилучатися до культур, до нового знання.

Що ж стосується твердження про розворот суспільства в бік регресу, то не випадково таку песимістичну точку зору поширюють саме політологи. З вини значної їх кількості, за їх сприяння значна частина українського суспільства на сьогодні втратила соціальну перспективу. І в період, що характеризується поширенням соціального песимізму, багатьом нашим співвітчизникам, особливо молодим, не до наукового прогресу та культурного вдосконалення. При цьому в нашому суспільстві декларується орієнтація на справедливе, громадянське суспільство. І це значить, що підстави для оптимізму, для віри в майбутній прогрес не виключені.

У цілому ж можна констатувати, що протягом останніх десятиріч на наших очах формуються зачатки суспільства, у якому Інтернет став основним



засобом спілкування, проведення дозвілля, джерелом інтелектуального зростання, навчання і нерідко – основної роботи. Така тенденція, однак, виявляється не лише у своїх позитивних аспектах.

Сьогодні, як і в багатьох інших країнах світу, «в Україні існує спільнота людей – освічених, технічно “підкованих”, загалом молодих і потенційно соціально активних, які, попри все, обирають Інтернет як віртуальну територію внутрішньої еміграції». Утім, термін «еміграція» [33] в даному випадку є неточним, оскільки його визначення хоча й передбачає «вимушене або добровільне переміщення людей із країни постійного проживання в інші країни» [34], але при цьому не фіксує системи матеріальних відносин, зв'язків, що мають миттєво важливе значення для даної категорії громадян. Адже представники цієї своєрідної «внутрішньої еміграції» у переважній більшості без використання можливостей для існування в позакомп'ютерній сфері не мають стабільної життєспроможності. Винятки в цьому випадку становлять затребувані суспільством фахівці, які обмежують свої інтереси в колі професійних проблем. І хоча вони далекі від гармонійного розвитку, ці люди корисні суспільству, забезпечують економічну базу свого існування в ньому.

Оскільки занурені у віртуальний світ Інтернету «внутрішні емігранти» не можуть забезпечити незалежного від реального суспільства існування своїх соціальних об'єднань, вони не складають у своїй сукупності нового інформаційного суспільства, на яке орієнтована сучасна цивілізація. Адже сформований ними світ є вторинним, заснованим на комфортній їм, інтересабельній частині інформації, що є продуктом суб'єктивного відображення об'єктивних процесів дійсності. Таким чином, лише частково відображаючи реалії дійсності, інформаційна основа функціонування інтернет-співтовариства не дає можливості для самостійного його функціонування, не може протистояти викликам сьогодення.

У зв'язку з цим намагання як вітчизняних, так і зарубіжних владних структур, міжнародних організацій унормувати сферу використання інтернет-інформації, її виробництво не є посяганням на майбутнє людства, інформаційного етапу його розвитку. Цей етап, очевидно, буде розвиватися по шляху трансформації суспільства на базі забезпечення можливостей для його членів у доступі до наявних інформаційних ресурсів, у забезпеченні можливостей збагачення цих ресурсів на основі пізнання явищ

навколишньої дійсності, на основі забезпечення зростаючої ефективності використання інформаційних ресурсів із застосуванням нових електронних та інших інформаційних технологій, оптимальної організації суспільної діяльності, розвитку освітнього й творчого потенціалу людства.

Стосовно ж вітчизняного інтернет-співтовариства, члени якого вперше продемонстрували масштабну спільність точок зору у відстоюванні своїх позицій в протистоянні з владою два роки тому [35], то спочатку мова, очевидно, ішла про конфлікт навколо ЕХ.УА, прояв суперечностей, пов'язаних із характерним для нашого часу соціокультурним процесом. Його змістом є те, що неформальне об'єднання комп'ютеризованої частини суспільства у своїй колективній свідомості викристалізувало власну підкультуру, культуру окремої соціальної спільноти [36], засновану на використанні інтернет-технологій як якісно нових засобів доступу до інформаційних ресурсів суспільства, засобів виробництва й ефективного використання інформації. Оскільки найхарактернішою особливістю цієї субкультури є використання Інтернету, очевидно, є всі підстави іменувати її ІТ-субкультурою.

Характерні особливості цієї субкультури пов'язані з тим, що, по-перше, вона сформувалася на базі освоєння найбільш передових технологій, що забезпечують прогрес людства. Однак вона не може в зримому майбутньому трансформуватися в самостійну культуру, оскільки не має самостійної економічної бази для свого відтворення й об'єктивно існує на базі наявного загальнонаціонального інтересу в необхідності трансформації інформаційної основи суспільної еволюції, підвищення ефективності використання інформаційних ресурсів – тобто завдань інформаційного етапу розвитку;

– по-друге, суттєва відмінність ІТ-субкультури від інших підкультур, наприклад: класу, регіону і т. ін., заснована на іншому у порівнянні з названими рівні співставлення інтересів. Якщо, приміром, класове розрізнення інтересів базується на економічному базисі, то ІТ-субкультура вирізняється на базі певного рівня освоєння інформаційної основи людської діяльності. У контексті порівняльного аналізу найближчими до неї є конфесійні субкультури, ідеологічні, відповідно до програмних завдань політичних організацій, що, однак, відрізняються використанням узагальненої інформації, ідеологічних постулатів. Водночас сфера використання ІТ-субкультури – практично весь інформаційний ресурс, що перебуває в розпорядженні люд-

ства, використання активного, спрямованого на задоволення всієї різноманітності запитів найпотрібніших для розвитку ресурсів;

– по-третє, її прихильників об'єднує відчуття елітності загальної визнаності в сучасному, відчутно глобалізованому світі. Якісно вищий, у порівнянні з традиційними, рівень спілкування в ІТ-субкультурі дав змогу швидко сформувати систему внутрішньокультурних ціннісних критеріїв, певні етичні норми, критерії успішності, задоволення естетичних і пізнавальних потреб, критично безмежних комунікативних можливостей, розвитку інтернет-бізнесу і навіть своєрідного інтернет-спорту у вигляді хакерства. Замикання основної системи інтересів у межах ІТ-субкультури сприяло створенню своєрідної віртуальної реальності зі свободою для членів співтовариства практично без всяких обмежень.

У нинішньому глобалізованому світі тенденція щодо вдосконалення правової бази функціонування інтернет-середовища, а значить – появи певних обмежень діяльності інтернет-користувачів – відбиває закономірності вдосконалення відповідного міжнародного законодавства. Європейська торговельна угода АСТА (Anti-Counterfeiting Trade Agreement), спрямована на вдосконалення авторського права в Інтернеті, підписана 22 європейськими державами й поставлена на ратифікацію у Європарламенті в червні цього року, призвела вже в лютому до протестних мітингів і демонстрацій у багатьох великих містах Європи. У цих акціях взяло участь близько 200 тис. протестувальників. У зв'язку з цим Польща, Чехія, Словаччина й Німеччина відклали ратифікацію цієї угоди, стимулюючи цим зростання протестних настроїв у Австрії, Фінляндії, Франції та інших країн Євросоюзу.

Тому поряд з тенденціями до вдосконалення вітчизняного законодавства, очевидно, слід чекати й прояву тенденцій урізноманітнення форм протестних впливів інтернет-середовища на базі розвитку і власних інформаційних технологій, і впровадженню зарубіжних, створених провідними державами-інформатизаторами, сприянням їх впровадженню, не виключено – знову ж такі для інтернет-впливу на вітчизняні інформаційні структури.

Звертає на себе увагу також і те, що під час розвитку конфлікту навколо ЕХ.UA лунали також і погрози «підключення до тиску» на вітчизняне МВС міжнародної групи «Анонімус», що може атакувати українські урядові ресурси «по всьому світу, а не тільки в Україні». Таким чином, спроби

введення будь-яких правових обмежень на діяльність інтернет-спільноти зумовлюють протест не лише в Україні, а й за кордоном. І в глобалізованому світі прояв однотипних проблем набуває ознак виявлення певної закономірності.

Водночас реакція інтернет-співтовариства на владний тиск стосовно ЕХ.УА цілком переконливо свідчить про те, що це співтовариство набуває і в нашій країні, і, як це демонструють події в країнах ЄС, певного самоусвідомлення, відчуття реальної сили, реальних можливостей впливу на владу. Це співтовариство вже сьогодні може мобілізуватися без особливої трудовозатратної, тривалої підготовки, використовувати будь-який сприятливий привід для організованого виступу. У зв'язку з цим можна стверджувати, що така ситуація засвідчує певний стан розвитку інформаційного суспільства, що розвиток цього суспільства обіцятиме нові й невідворотні у зв'язку з проявом закономірностей сучасного розвитку несподіванки для традиційних механізмів суспільної організації.

Розвиток соціальних мереж як технологій обміну інформацією на горизонтальних рівнях функціонування соціальних комунікацій є вже сьогодні надзвичайно багатогранним явищем. Це явище настільки різноманітне у своїй постійній трансформації під впливом стрімкого розвитку науково-технічного прогресу, що не виключає прояву деструктивних процесів у суспільстві. Ця обставина потребує вироблення також і адекватних загрозам механізмів належного соціального самоконтролю.

Прискорена на базі розвитку інформатизації трансформація суспільства з відповідною еволюцією інтересів соціальних структур, модернізацією запитів і духовно-ціннісних орієнтирів потребує розробки й оперативного впровадження технологій динамічного реагування з боку держави на всі внутрішньосуспільні й зовнішні виклики. Розвиток інформаційної структури, правова база, удосконалення освітнього процесу, суспільствознавче осмислення особливостей сучасного розвитку та відповідна суспільна організація мають розвиватися не навздогін впровадженню здобутків науково-технічного прогресу з хронічним відставанням від його соціальних результатів, а йти врівень із цим прогресом, прогнозуючи його розвиток і відповідно еволюціонуючись.

Аналіз змістовного наповнення сучасних соціальних інформаційних комунікацій показує недостатню увагу держави й суспільства до цього на-

пряму інформаційного самозабезпечення. У наш час комунікаційні можливості розвиваються значно швидше процесу їх суспільно значущого наповнення сучасною науковою, науково-популярною, навчальною, культурологічною та іншою інформацією, що сприяла б суспільному розвитку.

Держава не створює сприятливих умов для розвитку й поширення такої інформації. У результаті на сьогодні соціальні комунікації переповнені інформацією для задоволення низькопробних потреб, примітивних інстинктів, або навіть шкідливої для здоров'я людини, такою, що становить небезпеку для самої держави й суспільства. Критерієм успішності інформаційних структур при цьому стала нездорова сенсаційність, скандальність, вправність у нав'язуванні тих чи інших, далеко не завжди об'єктивних точок зору, проплачених бізнес-інтересів. Крім того, сучасна інформатизація забезпечила можливості доступу до наявних інформаційних ресурсів, виробництва нової інформації і широкого її розповсюдження в електронних комунікаціях для великого кола громадян. Переважна їх частина не має належної кваліфікації для виготовлення й поширення якісної інформації. У зв'язку з цим протягом останнього десятиріччя вітчизняний інформаційний простір наповнюється низькоякісними масивами нових ресурсів, у яких дедалі важче знайти якісні, потрібні для суспільного розвитку продукти.

Держава не дбає про конкурентоспроможність якісних інформаційних продуктів у вітчизняному інформаційному просторі. І особливо, як показує практика, усі ці процеси характерні для соцмереж, у яких практично не проявляється відповідна державна політика, державний інтерес.

Упущення в роботі з забезпечення громадянам, особливо представникам молодших поколінь, доступу саме до суспільно значущих, необхідних для розвитку, духовного і професійного, інформаційних ресурсів обертається відсутністю патріотизму, духовності, суспільною інертністю і деградацією все більш зростаючої частини суспільства.

Оскільки процес розвитку соцмереж у суспільстві активізується у вітчизняному інформаційному просторі протягом останніх років, саме в цій сфері горизонтальних інформаційних обмінів найбільшою мірою проявляється відсутність регламентуючої правової бази, і ця сфера з розвитком інформаційних процесів стає дедалі помітнішим джерелом негативних впливів на інформаційний простір України, джерелом утвердження зарубіжних економічних, політичних інтересів, джерелом

інформаційних небезпек і атак, вразливим місцем при розгортанні характерних для сьогодення інформаційних воєн.

Таким чином, розвиток соцмереж не лише відкрив нові можливості для спілкування однодумців, для самоорганізації членів людських спільностей за інтересами, що сприяє в цілому піднесенню творчого потенціалу суспільства, є продуктивним шляхом для забезпечення його єдності. Розвиток електронних мереж горизонтального спілкування ставить також нові проблеми в справі внутрішньої самоорганізації суспільства, відповідної динамічності в розвитку правової бази інформатизації, організації інформаційної безпеки з урахуванням постійного прогресу техніко-технологічної бази інформаційних процесів. Цей розвиток обумовлює також необхідність реанімації забутої в останні десятиріччя проблеми, пов'язаної з необхідністю організації об'єднаного суспільного механізму забезпечення як громадян України, так і Української держави необхідними для розвитку обсягами якісної інформації.

### Список використаних джерел до розділу 1

1. *Лодатко Е.* Методологические основы моделирования социокультурных процессов [Электронный ресурс] / Е. Лодатко. – 2007. – № 15. – 25.10. – Режим доступа: [relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main](http://relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main). – Загл. с экрана.

2. *Кастельс М.* Интернет-галактика / М. Кастельс. – К. : Ваклер. – 2007. – С. 53.

3. *Горовий В.* Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горовий // НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського ; наук. ред. Л. А. Дубровіна. – К., 2010. – С. 61–62.

4. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.]. – К., 2013. – С.16.

5. *Почепцов Г.* Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакommунікації / Г. Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – С.10.

6. *Томашевський О. М.* Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів / О. М. Томашевський, Г. Г. Цегельник, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – С. 80–82.

7. Там само. – С. 82.

8. *Кастельс М.* Інтернет-галактика / М. Кастельс. – К. : Ваклер. – 2007. – С.131.

9. Найсвіжіші новини про кількість користувачів [Електронний ресурс] // *Watcher* : веб-сайт. – Режим доступу: <http://watcher.com.ua/tag/kilkist-korystuvachiv/> – Назва з екрана; Кількість інтернет-користувачів в Україні [Електронний ресурс] // *Консалтинг в Україні* : спец. всеукр. журн. про ринок консулът. послуг. – 2013. – 27.03. – Режим доступу: <http://consulting-ua.com/kilkist-internet-korystuvachiv-v-ukrajini/>. – Назва з екрана; Кількість регулярних інтернет-користувачів в Україні у 1-му кварталі зросла на 15% [Електронний ресурс] // *УНІАН* : інформагентство. – 2013. – 24.05. – Режим доступу: <http://economics.unian.net/ukr/news/169212-kilkist-regulyarnih-internet-koristuvachiv-v-ukrajini-ukrajini-u-1-mu-kvartali-zroslo-na-15.html>. – Назва з екрана; В Україні зросла кількість користувачів Інтернету [Електронний ресурс] // *Голос Столиці 106 FM*. – 2013. – 10.06. – Режим доступу: [http://newsradio.com.ua/2013\\_06\\_10/V-Ukra-n-zroslo-k-ik-st-koristuvach-v-nternetu/](http://newsradio.com.ua/2013_06_10/V-Ukra-n-zroslo-k-ik-st-koristuvach-v-nternetu/). – Назва з екрана; Інтернет Асоціація України [Електронний ресурс] : веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.inau.org.ua>. – Назва з екрана.

10. Інформаційно-аналітичний звіт про діяльність Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dknii.gov.ua/?q=node/1889>. – Назва з екрана.

11. Там само.

12. *Томашевський О. М.* Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів / О. М. Томашевський, Г. Г. Цегельник, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – С.164–166.

13. Інформаційна складова соціокультурної трансформації українського суспільства / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – С. 77.

14. *Почепцов Г. Г.* Інформаційна політика / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – К. : Знання, 2008. – С. 398.

15. Інформаційно-аналітичний звіт про діяльність Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dknii.gov.ua/?q=node/1889>. – Назва з екрана.

16. *Шейдина И. Л.* США: «фабрики мысли» на службе стратегии / И. Л. Шейдина. – М. : Наука, 1973. – С. 47.

17. З виступу Президента НАН України, академіка НАН України Б. Є. Патона на засіданні Президії НАН України при обговоренні питання «Про стан та завдання розвитку в НАН України бібліотечно-інформаційної справи» // Бібл. вісн.– 2003. – № 5. – С. 8.

18. *Кастельс М.* Інтернет-галактика / М. Кастельс. – К. : Ваклер. – 2007. – С. 132.

19. *Cardoso G.* Parauna Sociologia do Ciberspaco: comunidades virtuais em portuques / Gustavo Cardoso, José Manuel Paquete de Oliveira. – Oeiras, Portugal : Celta Editio.ra, 1998.

20. *Кастельс М.* Інтернет-галактика / М. Кастельс. – К. : Ваклер, 2007. – С. 131.

21. Інформаційна складова соціокультурної трансформації українського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – С. 20–22.

22. Інформаційно-аналітичний звіт про діяльність Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dknii.gov.ua/?q=node/1889>. – Назва з екрана.

23. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – С. 36.

24. *Licklider J.C. R., Taylor R.* The Computer as a Communication Device, Science and Technology [Electronic resource]. – 1968. – April. – Mode of access: <http://www.kurzweilai.net/meme/frame.html?main=/articles/art0353.html>. – Last access: December, 11, 2009. – Title from the screen.

25. Как организовать рекламу в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bizakademiya.ru/reklama\\_v\\_setyah.html](http://www.bizakademiya.ru/reklama_v_setyah.html). – Загл. с экрана.

26. Лидеры интернет коммерции Украины [Электронный ресурс] // В Фокусе : веб-сайт. – Режим доступа: <http://www.in-focus.com.ua/stati/lidery-internet-kommercii-ukrainy/>. – Загл. с экрана.



27. Социальные сети: имиджевое макраме [Электронный ресурс] // Prostobiz.ua. Путеводитель в мире бизнес-финансов. – Режим доступа: [http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie\\_biznesom/stati/sotsialnye\\_seti\\_imidzhevoe\\_makrame](http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/sotsialnye_seti_imidzhevoe_makrame). – Загл. с экрана.

28. Коментарі: (comments.ua) : інформ.-аналіт. портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.comments.ua/ht/184298-yakih-politikiv-laukaayut-u.html>. – Назва з екрана.

29. Там само.

30. Сапожник А. И. Использование социальных сетей для организации революций / А. И. Сапожник // Людство на початку ХХІ ст.: виклики і шляхи рішення : Міжнар. наук. студент. конф., 20–21 квіт., 2011 р. – Севастополь : СевНТУ, 2011. – С. 16.

31. Почепцов Г. Від Facebook' у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – С. 120–121.

32. Там само. – С. 120.

33. ЕХтремальний контент: соціальні аспекти // Громадська думка про правотворення. – К., 2012. – № 3. – С. 32.

34. Політологічний енциклопедичний словник / уряд. В. П. Горбатенко ; за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. – К. : Генеза, 2004. – С. 183.

35. Горовий В. ІТ-субкультури в структурі сучасного суспільства [Електронний ресурс] / В. Горовий // Громадська думка про правотворення : бюл. операт. матеріалів на базі аналізу правової електронної інформації. – 2012. – № 4(22). – С. 9. – Режим доступу: [www.irbis-nbuv.gov.ua/](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/). – Назва з екрана.

36. Соціологія: короткий енциклопедичний словник. – К. : Укр. центр духовн. культури, 1998. – С. 612; Політологічний енциклопедичний словник. – 2-ге вид., доповн. і переробл. – К. : Генеза, 2004. – С. 641.

### ГУМАНІТАРНІ ЗРИЗИ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

До важливих завоювань сучасної інформаційної революції належить перетворення мережевих соціальних комунікацій на потужний чинник як суспільного зростання в усіх його багатовимірних виявах – суспільно-політичному, громадянському, інтелектуальному, культурному, так і поступу гуманітарного, спрямованого на всебічний розвиток людини, задоволення її індивідуальних інтересів і потреб, збагачення особистості шляхом розширення її інформаційних пізнавальних можливостей, соціальних зв'язків, діалогу з іншими, опанування їхнього життєвого досвіду. Соціальне й гуманітарне виступає тут у нерозривній єдності. Електронний віртуальний простір соціалізації в реаліях життя стає дедалі більш важливою площиною самореалізації особистості, її духовного зростання. Проте явище це є дуже складним і суперечливим, з багатьма позитивними і проблемними складовими й наслідками, які конче потребують ґрунтовного, усебічного осмислення.

Однак, хоча вплив віртуальних соціальних мереж пронизує сьогодні практично всі сфери життєдіяльності суспільства, дослідницькі зацікавлення вітчизняних учених до цього часу зосереджуються переважно на тих аспектах мережевих комунікацій, які пов'язані з глобалізаційними, політичними й ідеологічними процесами [1], завданнями формування дієвого діалогу між владою й суспільством [2], становленням і функціонуванням інституцій громадянського суспільства [3, 4], функціональним взаємозв'язком мереж реальних (спільнот, громадських об'єднань і осередків) і віртуальних [5]; гострими проблемами протистояння інформаційним війнам і операціям, загрозам, які несуть глобалізовані інформаційні мережі національній ідентичності і стійкості соціально-

психологічного середовища України. Пильну увагу дослідників привертають також деякі новітні суперечливі, а часом негативні тенденції у сфері мережевих комунікацій, породжені поєднанням сучасних телекомунікаційних і гуманітарних технологій, зокрема поширення через віртуальні мережі стандартних зразків мислення, уніфікованих потреб, що знижує потенціал саморегуляції особистості, призводить до її самоізоляції в агресивному інформаційному просторі, виступає передумовою маніпулювання свідомістю у планетарному масштабі [6, 7].

Значний доробок у виробленні теоретичних і методичних підходів до осмислення місця й ролі соціальних мереж у формуванні національного інформаційного простору належить фахівцям Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського [8–10]. Помітний внесок у ознайомлення українського громадянства зі здобутками світової науки в розробці цих і тематично близьких до них дослідницьких напрямів зроблено відомим українським політологом Г. Почепцовим [11–15]. Упродовж останніх років в Україні підготовлено ряд дисертаційних досліджень, в яких у різних аспектах висвітлено проблеми розвитку соціальних мереж [16, 17] і тісно пов'язаною з нею проблематикою блогосфери [18]. Ці пріоритети визначені самим життям, вони перебувають на його «поверхні».

На відміну від проблем місця й ролі соціальних мереж у забезпеченні згуртування громадянського суспільства, діалогу суспільства і влади, підтримки управлінської діяльності державних структур, яким присвячено останнім часом чимало ґрунтовних досліджень, соціогуманітарні, а особливо власне гуманітарні аспекти їхнього розвитку в Україні ще не стали об'єктом серйозного наукового інтересу фахівців.

Однак гуманітарна складова соціальних комунікаційних процесів у всіх її багатовимірних виявах, її вплив на суспільний поступ і людський розвиток теж заслуговують нині на ґрунтовне осмислення й реагування. Ідеться про широкий діапазон гуманітарних проблем, які перебувають на вістрі мережевих соціальних комунікацій: освіту, науку, культуру, національні цінності і традиції, виховання, моральний стан суспільства, охорону здоров'я, повсякденне життя, організацію громадської допомоги. Водночас важливою сферою гуманітарного мережевого спілкування є також «приватний» світ зацікавленостей окремої особистості, малих і великих груп, цілих соціальних верств, який стає дедалі більш багатим, складним, динамічним

і психологічно вразливим. Йому притаманні значні коливання настроїв, тенденції як до тісної інтеграції до думок і переконань широкого суспільного загалу, так незрідка й перехід до цілком «автономного» існування поза важливими громадськими інтересами, у вузькому просторі мережевих груп за колом знайомих, розважальними або професійними інтересами. Нині вже можна вести мову не лише про цифрові спільноти творчих особистостей, а й також про субкультури поколінь, соціальних груп, міст і регіонів. Зарубіжні дослідники, насамперед американець М. Дері (Mark Dery) [19], звертають увагу на формування в електронному мережевому просторі численних альтернативних «офіційній» масовій свідомості спільнот, наприклад «кіберхудожників», «кіберхіпі», «кіберпанків», «технохристиян» тощо. У принципі, мережевий простір створює ґрунт для появи в суспільстві непередбачуваних варіантів стратифікації і згуртування людей [20]. Зважаючи на ці багатоманітні і вкрай суперечливі прояви, конче необхідним стає вивчення тих, почасти прихованих, «внутрішніх» соціально-психологічних аспектів гуманітарного розвитку, які, нібито віддалені від суспільних процесів, але справляють на них значний вплив, поволяють змінюють настрої великих суспільних груп, безпосередньо спосіб їхньої соціальної поведінки.

Слід усвідомлювати, що чимало гострих кризових явищ, з якими зустрілася сьогодні Україна, розвинулися у своїх першопочатках не лише на ґрунті недостатності політичного діалогу між владою і суспільством, а й діалогу гуманітарного, причому на всіх суспільних рівнях, що породжує ущемлене, невдоволене, драматичне світосприйняття, наростання відчуженості громадян у результаті незадоволення їхніх настроїв, інтересів і суб'єктивних уподобань. Неправомірно стверджувати, що все це стало лише результатом відсутності продуманої і системної гнучкої гуманітарної політики, яка б мала здійснюватися державою. Гуманітарна політика, у широкому розумінні, має здійснюватися всім громадянським суспільством, його формальними й неформальними інституціями і практично реалізовуватися у її соціогуманітарній інформаційній складовій творчою елітою, численними медіа-центрами, закладами культури й освіти, науковими установами. Упродовж останніх років гуманітарна сфера, враховуючи й ті її складові, що належать до сфери соціальних комунікацій, значною мірою були «покинуті напризволяще», їхній усебічний розвиток підмінювався

здебільшого дуже віддаленими від реальних інтересів і запитів громадян спорадичними «ритуальними діями», пов'язаними з відзначенням свят, ювілеїв і пам'ятних дат.

Такий вакуум у сучасному суспільстві не може не заповнюватися. Широко кола українського громадянства нехай і досить розрізненими, але спільними за своїм спрямуванням зусиллями вибудовують сьогодні власне віртуальне середовище спілкування з притаманною йому особливою національною «гуманітарною ауру», невіддільною впливом офіційних державних інституцій. Можна стверджувати, що цей процес у всій повноті своїх проявів створює ефект реалізації певної гуманітарної технології, що сприяє утвердженню нових смислів, зразків життя, світоглядних орієнтирів українців. Він є невід'ємною складовою загальносвітового процесу формування соціальних мереж, що розпочався так званою Twitter-революцією і знайшов продовження в «блогерній революції».

Нинішнє відчутне зростання інформаційної активності українського суспільства не лише в суспільно-політичній сфері, а й у численних, хоча й розрізнених суто гуманітарних виявах та ініціативах, є безпосереднім результатом самоорганізації широкого загалу, усвідомлення громадянством необхідності кардинальних зрушень у гуманітарній інформаційній сфері. У цьому реалізується прагнення вже досить широкого комп'ютеризованого загалу українців до європейських засад відкритості інформації, вільного висловлення особистої думки, розбудови власного інформаційного простору, сповненого всім розмаїттям їхніх гуманітарних інтересів і зацікавлень.

На жаль, наукових праць, присвячених цим принципово новим для гуманітарної сфери явищам, аналізу стану, тенденціям і завданням розвитку вітчизняного мережевого гуманітарного інформаційного простору, поки що істотно бракує. Різні аспекти цієї проблематики тільки починають розроблятися, причому доволі нерівномірно, фрагментарно, лише за окремими важливими тематичними напрямками. З'явилися, зокрема, поодинокі розробки з питань місця й ролі мережевих соціальних комунікацій у формуванні віртуального соціокультурного простору як площадки соціальної взаємодії принципово нової якості, що має вплив на всі сфери людського життя [21–24], зокрема на соціалізацію студентської молоді [25]. Розпочато дослідження методики використання соціальних мереж і блогосфери

в освітній практиці [26–29], у справі інтеграції та поширення гуманітарної, зокрема історико-біографічної, інформації [30]. Проаналізовано соціально-психологічні аспекти й небезпеки використання соціальних мереж для реклами [31]. Спроби найбільш узагальнених оглядів з проблем мережевого інформаційного середовища як простору задоволення гуманітарних запитів наших співвітчизників зроблено В. Попиком у розділах згадуваних уже колективних монографій з великої серії праць Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, присвячених вітчизняному інформаційному середовищу [32, 33].

Слід зазначити також, що існує досить значна зарубіжна наукова література з тих соціально-гуманітарних проблем розвитку мережевих соціальних інформаційних систем, зокрема питань гуманітарного інформаційного простору мережевого спілкування, які безпосередньо переплетені з технічними аспектами інновацій в інформаційному просторі. Присвячена вона переважно тим кардинальним змінам, що відбулися з часу утвердження середовища Web2.0 як ключового інструменту формування сучасного світового мережевого «колективного розуму». Ідеться насамперед про народжену інформаційними системами, які використовуються соціальними мережами, принципово нову філософію використання веб-сайтів, незнані раніше можливості взаємодії користувачів з потоками інформації, колективно створеної й поширюваної найширшим людським загальом [34].

Методологічно важливими, зокрема, є висновки стосовно того, що ключові характеристики нової всесвітньої мережі Web2.0, яка прийшла на зміну системі окремих локальних сайтів, є не лише і не стільки технологічним феноменом, скільки соціальним, який сприяє формуванню на великих площадках численних віртуальних спільнот, об'єднаних найрізноманітнішими інтересами, становленню у глобальних масштабах діалогового способу спілкування. У дослідницькій, навчальній і методичній літературі значну увагу приділено взаємозв'язкам системотехнічних і соціально-гуманітарних та соціально-психологічних аспектів використання Web2.0, які визначають характер і особливості організації комунікаційних процесів переважно на великих, відомих широкому загалу площадках, оснащених їхніми розробниками необхідними інструментами соціалізації, що сприяє залученню до обговорень великої кількості незнайомих у реальному житті людей [35]. Увага звертається на те, що мережі віртуальної комунікації, безперечно,

повторюють у своїй організації реальні соціальні мережі безпосередньо людського спілкування, але роблять його більш інтенсивним у часі і просторі, хоча й не таким сильним як фізичний контакт. З іншого боку, вони створюють умови для організації у світовій мережі відносно самостійних, дуже особистих інформаційних просторів окремої людини, упорядкованих завдяки наявності багатих користувацьких інтерфейсів, відповідно до її індивідуальних запитів, а також корпоративних засобів спілкування великих і малих груп – віртуальних співтовариств, що об'єднуються навколо тематичних веб-проектів. Принципове значення має можливість для особи, яка розміщує інформацію, визначати відкритість або приватність (лише для обраного кола друзів і знайомих) характеру доступу до неї [36].

Гостро дискусійною у світовій науці є проблема балансу позитивного й негативного впливів соціальних мереж на різні сфери життєдіяльності суспільства. Учені-політологи й соціологи здебільшого дуже драматизують її, звертаючи увагу насамперед на використання мереж для маніпулювання людською свідомістю, стандартизації особистості. Дійсно, у боротьбі тенденцій утвердження й руйнування людської індивідуальності в сучасному світі вони, за висловом Б. Стиглера (Bernard Stiegler), виступають одночасно і «як ліки, і як отрута», сприяючи як індивідуалізації, так і деіндивідуалізації. На його думку, проблема полягає в тому, щоб перетворити соціальні мережі із свого роду «фармакологічного засобу» психологічного захисту людей на креативну, ноосферну силу суспільства [37]. Водночас багато праць присвячено аналізу впливу спілкування в соціальних мережах і особливо у блогосфері на зростання особистості, її гуманітарної культури. За оцінками Д. Уорлика (D. F. Warlick), Д. Пенрод (D. Penrod), блоги, поєднавши в собі читання, письмо й оприлюднення власних думок в Інтернеті, стали для сучасної людини важливим засобом самовиявлення та інструментом для розвитку як особистих навичок грамотності, так і спільного оволодіння знаннями [38].

Означені праці є важливими для загального розуміння генези, особливостей формування й сучасних умов, а також перспектив функціонування гуманітарних комунікацій у соціальних мережах. Однак вони, природно, не можуть дати нам вичерпних відповідей щодо актуальних нині завдань мобілізації можливостей мережевих комунікацій для підтримки справи піднесення гуманітарної сфери в Україні.

Зазначені проблеми потребують спеціального опрацювання з огляду на загальні закономірності процесу, прогнозування ймовірних тенденцій його подальшого розвитку, а головне – осмислення шляхів можливого впливу держави й суспільства, інформаційних центрів, установ науки та культури, зокрема бібліотек, закладів освіти, на розвиток гуманітарної складової мережевих соціальних комунікацій з метою їхньої підтримки і використання у справі консолідації українського суспільства, утвердження його національної ідентичності, європейського демократичного вектора розвитку, сприяння формуванню всебічно розвиненої особистості, здатної ефективно діяти в умовах інформаційного суспільства.

Говорячи про генезу електронних соціальних мереж на рубежі ХХ і ХХІ ст., слід наголосити, що безпосередньо їхня поява історично значною мірою була пов'язана з практичним розв'язанням гуманітарних завдань – насамперед налагодження приватних комунікацій між людьми, відновлення втрачених ними особистих контактів, наприклад товаришами шкільних і студентських років. Показово, що першою за часом формування соціальною мережею Інтернету нині вважають спільноту відвідувачів сайту Classmates (<http://classmates.com>), створеного з метою пошуку однокласників [39]. Сучасний російський мережевий ресурс «Одноклассники», яким широко користуються й українські громадяни, є його безпосереднім наслідуванням. На ці речі особливо важливо звернути увагу з огляду на те, що відтоді й дотепер соціальні мережі є особливо принадливими для широкого людського загалу не стільки своїми суспільно-політичними, громадянськими орієнтаціями, скільки саме можливістю налагодження приватних, міжособистісних комунікацій, задоволення їхніх гуманітарних, духовних, глибоко особистісних інтересів і забаганок. Недарма найбільш успішними є ті мережі, які створюють для особи комфортний простір для її самовираження в найрізноманітніший спосіб і водночас дають їй можливість зручно організувати в загальному потоці свій, певною мірою «відгороджений» персональний інформаційний простір для цілеспрямованого спілкування з обраною нею групою друзів чи однодумців, за колом власних зацікавлень. На думку Г. Почепцова, злет бізнес-моделі Facebook базується на тому, що він запропонував людям «модель віртуального щастя», засновану на можливості представити в мережі себе як неповторну особистість. «Сучасні ЗМІ не давали звичайній людині такої можливості, тільки соціа-



льні мережі озброїли її цим інструментарієм. Тепер кожен може стати зіркою, хоча б у своїй уяві. Що більше друзів я маю, то більший і мій зірковий статус» [40]. Ця модель поки що продовжує працювати, хоча поступово вичерпує себе.

Сфера віртуальних міжособистісних комунікацій охоплює в наш час як власне соціальні мережі, так і автономні блоги. Не вдаючись до суто технологічної (дещо навіть «розмитой») різниці у їхній організації, зазначимо помітні відмінності їх суспільного використання. На думку О. Яблукова, «в них різні соціальні функції. Фейсбук – це середовище для тусовки, для спілкування, а ЖЖ [Живий Журнал. – Авт.] первісно було створено для того, щоб викладати власні думки» [41]. Найбільш призвичаєним для спілкування широкого загалу є створення мікроблогів у соціальних мережах – як найбільш проста і зручна форма. Інтерес до нього серед українських громадян зростає. Якщо 2008 р. лише 13 % українських користувачів Інтернету мали власні сторінки в соціальних мережах, то вже на кінець 2011 р. саме участь у них для 46 % стала головною метою. За результатами дослідження українських користувачів Інтернету, здійсненого компанією Google в середині 2014 р., цей показник сягнув уже 88 %. Для порівняння: електронну книгу регулярно читають лише 4 % [42].

Найбільше наші співвітчизники станом на 2011 р. (то був, напевне, час найвищого злету популярності соцмереж серед широкого загалу) брали участь у великих транснаціональних мережах, причому одразу в декількох: «ВКонтакте» (72 %), «Однокласники» (63 %), Facebook (58 %), «Мой мир» (48 %), Twitter (16 %) [43]. З того часу зазначені статистичні показники дещо змінилися – як за рахунок істотного зростання загальної кількості користувачів Інтернету, так і через політичні події. Наприклад, лише впродовж першого півріччя 2014 р. мережа Facebook збільшила свою аудиторію в Україні від 5,6 до 6 млн у травні, тоді як російські «Однокласники» зменшили – з 5,2 до 5 млн [44].

Що ж стосується форм більш «продвинутого» спілкування – у чатах, форумах і автономних блогах, то вони цікавлять незрівнянно меншу частку користувачів – на 2011 р. це 14 %, і тенденції до помітного зростання тут не спостерігається [45].

Проте при всьому прагненні громадян упорядкувати і певною мірою обмежити колом власних інтересів свої приватні контакти, сам характер

організації віртуального інформаційного простору засобами Web2.0 незмінно виводить учасників комунікацій на більш широке і важливе коло спілкування, спрацьовує на розбудову їхніх розгалужених соціальних зв'язків. Ідеться насамперед про потенційну участь у формуванні контенту мережевого спілкування необмеженої кількості учасників (численних «друзів» безпосередніх «друзів»), кожний з яких, додаючи коментарі за певною темою обговорення, одночасно має змогу надавати все нові й нові посилання на джерела інформації. У цьому знаходить реалізацію колективний розум учасників спілкування, їхня взаємодопомога, яка прийшла на зміну ситуації, коли людина залишалася один на один з віртуальним інформаційним простором [46]. Зазначене створює можливість встановлення віртуальних соціальних зв'язків між зовсім незнайомими людьми, яких можна в соціальному й культурному плані ідентифікувати лише за колом їхніх власних віртуальних «друзів». Усе це є важливими чинниками розбудови відкритого суспільства, а також постійного внесення на обговорення нової актуальної проблематики, отже, значного для кожної особи розширення кола її власних зацікавлень. Соціальні мережі сприяють кристалізації й поляризації думок. Саме в соціальних мережах, посеред напівприватного «дружнього спілкування» вперше з'являється чимало нових тем, оцінок, суджень, прогнозів з проблем політичного, культурного, мистецького життя, які лише згодом стають предметом широкого суспільного обговорення. У підсумку це не лише рухає вітчизняну гуманітарну думку вперед, а й помітно впливає на суспільну свідомість у цілому, примножуючи соціальний капітал.

Мережеве спілкування виконує й іншу важливу соціально-гуманітарну та соціально-психологічну функцію. Воно допомагає успішній соціалізації представників усіх поколінь, сприяючи подоланню бар'єрів, які можуть виникати в безпосередньому міжособистісному спілкуванні.

За своєю користувачською аудиторією й характером спілкування популярні в Україні соціальні мережі дещо різняться. Тематичні групи в найбільш поширених у нас мережах «ВКонтакте» й «Однокласники» найбільш спрямовані на елементарну «організацію дозвілля», тобто наповнені контентом загального інформаційно-розважального змісту. Водночас «ВКонтакте» давно вже містить також групи тематичного обговорення, спрямовані на важливі проблеми гуманітарного розвитку України, її націо-

нальної культури, наприклад, «Ми – патріоти України!», «Я – українець!», «Українська мова» [47].

Характерним явищем останніх років стало помітне переміщення активності наших співвітчизників, особливо в Центрі й на Заході України, з мереж, створених у Росії, до провідних транснаціональних мереж, зареєстрованих у США, Facebook, Blogger, Twitter. При цьому особливої принадності дедалі більше набуває в нас Facebook, що, у цілому, стало дуже характерним для ряду держав Східно-Центральної Європи, які обрали демократичний вектор розвитку, – Польщі, Угорщини, Болгарії, Румунії, Словаччини, Литви, Латвії, Молдови, Грузії. Але там він уже входить до першої четвірки, а в Україні Facebook поки що лише на шостому місці [48] (2011 р. був на восьмому) [49]. Присутність у Facebook численних представників наукової, освітянської, творчої інтелігенції, зважаючи на широковідомих діячів, значною мірою визначає серйозність проблематики спілкування, у якій помітне місце займає обмін важливими новинами культури, науки, суспільного життя, влучними оцінками й оригінальними судженнями з багатьох актуальних гуманітарних проблем. Facebook дедалі більше позиціонується в Україні як середовище спілкування інтелігенції, середнього класу.

Особливістю мережевого спілкування є також те, що воно нерозривно поєднує передачу певної інформації (наприклад, новин) з її почасті аналітичною, а здебільшого переважно емоційно забарвленою, суб'єктивною оцінкою. Завдяки цьому поширювана інформація набуває нової якості – стає продуктом духовної діяльності соціуму, що лежить в основі культури. Це формує громадську думку, широту етичних і естетичних уявлень. Отже, відкриває простір духовному й інтелектуальному зростанню учасників комунікаційного процесу, стає чинником загального піднесення гуманітарного потенціалу суспільства.

Значні потенційні можливості соціальних мереж у кристалізації суспільних настроїв, втіленні в життя ідей громадянської солідарності яскраво проявилися в нинішній час випробувань, які переживає Україна. Мережі стали не лише місцем обговорень гострих проблем сьогодення, а й важливим рушієм патріотичного піднесення, засобом мобілізації зусиль громадян на реалізацію конкретних гуманітарних проектів волонтерської допомоги Збройним силам України, постраждалим на Сході України, координації дій громадянського суспільства.

Водночас у реаліях життя процес зростання соціогуманітарної ролі мережевого спілкування за багатьма важливими напрямками відбувається поволі й майже не піддається безпосередньому інструментальному вимірюванню. Він належить до кола «внутрішніх», незрідка зовні майже непомітних явищ суспільного розвитку, значення яких виявляється вповні лише тоді, коли формується їхня «критична маса». Бурхливі події сьогодення – яскраве тому підтвердження. У наші дні «приватні інтереси» швидко соціалізуються, розмиваються межі між приватним і публічним, мережевий простір дедалі більше перетворюється не лише на важливе середовище обговорення гострих суспільно-політичних проблем, а й на осередок громадянської самоорганізації.

Не можна недооцінювати гуманітарної ролі соціальних мереж у розбудові повсякденного життя. Адже цілком закономірним є те, що переважна частина учасників соціальних мереж, як показують розрізнені й різномірні за своїм характером огляди спостерігачів і статистичні дані, переймаються у своєму спілкуванні насамперед родинними, побутовими, груповими, професійними інтересами. У цьому є чимало позитивних – з гуманітарного погляду – сторін, оскільки йдеться про задоволення особистих інтересів людей, але й чимало проблемних і негативних моментів.

Дослідники звертають увагу на вияви в соціальних мережах і блогосфері зростання певної «атонії» суспільних зв'язків. Ідеться про небезпеку переважання ілюзорного віртуального спілкування, яке ні до чого не зобов'язує, над живими, безпосередніми людськими контактами. За даними дослідників, середня кількість віртуальних друзів на Facebook нині дорівнює 130, тоді як справжніх друзів у людини – одиниці [50]. Утім, такі оцінки є суперечливими. Практика показує, що на хвилі суспільного піднесення віртуальний світ спілкування активно виходить на перший план, дедалі більшою мірою перетинається з реальним, соціальним простором; мережеве життя перетворюється на значуще соціальне явище, що помітно впливає на життя суспільства [51].

Найбільше занепокоєння у фахівців викликає явище «занурення людини в мережу», динаміка якого набуває нині характеру гострої соціальної проблеми. Ідеться про психологічно неконтрольовану підкореність впливу мережевого спілкування пересічної, часто не зовсім сформованої й самостійної особистості, яка слідує насамперед моді, поширеній се-

ред її оточення. Утім окремі дослідники, такі як Д. Каннарелла (John Cannarella) і Д. Спечлер (Joshua A. Spechler), із Принстонського університету (США), доходять висновку, що така мода значною мірою пов'язана з елементарною новизною явища й з часом може зникнути як «суспільна хвороба, епідемія», принаймні істотно послабити свій негативний вплив. Дійсно, динаміка зростання популярності MySpace і Facebook у цілому подібна математичній моделі поширення епідемій, яка передбачає наявність: а) «сприйнятливих»; б) «уражених»; в) «тих, що одужали» і їхню постійну взаємодію. Соціальна мережа MySpace пройшла у світі шлях від піку своєї популярності у 2008 р. (75,9 млн унікальних відвідувань на місяць) до практичного згортання у 2011 р. – усього за три роки. За даними офіційної статистики Google, популярність Facebook за кількістю унікальних відвідувань з 2012 р. уже почала трохи зменшуватися. За розрахунками, до 2017 р. вона може втратити до 80 % користувачів [52]. В Україні активність участі у Facebook теж, у цілому, скоротилася від 58 % у 2011 р. до 40 % станом на середину 2014, хоча кількість користувачів в абсолютних цифрах істотно зросла [53]. Проте, на наш погляд, ідеться не стільки про подолання суспільством «мережевої хвороби», скільки про зміну ситуації в конкуренції між різними мережами. На це слід особливо зважати через якісні зміни в побудові мережевих платформ різних технологічних поколінь. Отже, проблема значно глибше, і полягає вона в дещо іншій площині.

Проте, на наш погляд, нині не можна вважати глибоке зацікавлення спілкуванням у соціальних мережах «втечею» від соціальних проблем, особливо у відкритому демократичному суспільстві. У таких практиках, за самою природою міжособистісного спілкування співгромадян, не можуть не реалізовуватися гуманістичні цінності, традиції й ритуали українського суспільства, що чимало сприяє піднесенню його загальної гуманітарної культури. Крім того, мотивацією входження людей до соціальних мереж, приєднання їх до певних тематичних груп спілкування є прагнення увійти туди, де вже є знайомі та друзі, а це почуття має яскраво виражений соціальний характер.

Отже, без сумніву можна стверджувати, що позитив у мережевому спілкуванні переважає, воно слугує розширенню кругозору, збагаченню світоглядного потенціалу особистості, сприяє її професійному і громадянському

зростанню. Йому поряд з використанням загальних інформаційних ресурсів Інтернету належить дедалі більш значуще місце в активній розбудові людиною самої себе, свого інтелекту, внутрішнього духовного світу, а отже, у формуванні в Україні людини нового типу – самостійної, усебічно розвинутої, духовно багатой, готової до успішних дій в умовах сучасних економічних і політичних реалій, становлення суспільства знань, переконаного прибічника цінностей відкритого демократичного суспільства. Так само як кінематограф зробив визначальний внесок у виховання кількох поколінь першої половини – середини ХХ ст., а телебачення – другої половини цього ж століття, суто сайтовий Інтернет на початкових етапах його розвитку – людей рубежу ХХІ ст., спілкування в електронних соціальних мережах дедалі відчутніше визначає особливості соціалізації, психології й культурної поведінки нової генерації.

Згадавши про значення візуальних, медійних ресурсів, не можна не відзначити також ролі мережі YouTube та її подібних у забезпеченні справді широкого і практично абсолютно вільного доступу громадян до важливої гуманітарної, культурологічної інформації. За даними дослідження, здійсненого компанією Google в середині 2014 р., відео на YouTube регулярно дивиться 61% українських інтернет-користувачів [54]. Нині він став четвертим за популярністю в Україні інтернет-сервісом [55]. За всієї строкатості й суперечливості контенту цього відеосервісу не можна недооцінювати того, що саме на ньому широкий загал має змогу знайомитися з численними матеріалами з історії, культури, літератури й мистецтва, музейної, архівної, бібліотечної справи, записами виступів відомих поетів, письменників, акторів, діячів освіти й культури. Проте використання це має бути вдумливим, цілеспрямованим і вибіркоким, тому що нині YouTube дедалі більше цілеспрямовано наповнюється й матеріалами, ворожими українському національному самоусвідомленню.

Дедалі більш важливим осередком соціальних комунікацій у наші дні стає блогосфера, яка, по суті, є особливим «розширенням» класичних соціальних мереж, попри всі досить суперечливі висновки експертів щодо її подальшої долі [56]. Я. Федораку вже доводилося писати про те, що в реаліях життя невизначеною залишається сама ситуація зі співвідношенням між власне соціальними мережами з їхніми мікроблогами і блогами як цілком автономним явищем [57]. Хоча, на думку окремих фахівців, у соціаль-

них мережах мають – у перспективі – залишитися численні любителі, для яких участь у них становить хобі, а менш численні інтелектуали, серйозні професіонали почнуть сміливіше розбудовувати окремі блоги [58], на практиці така динаміка поки що виразно не вимальовується. Мати сторінку у Facebook в Україні вважається нині майже обов'язковим, хоча для багатьох це зовсім не заважає створенню власного, зокрема професійного, блогу. Інша справа, що ці, у принципі, різні форми деякою мірою зливаються воедино, набувають спільних рис.

Певною тенденцією, яку можна простежити поза величезним інформаційним шумом суто «приватного» самовиявлення учасників, є збагачення інтелектуального наповнення спілкування в соціальних мережах за культурними, соціальними і професійними інтересами.

У широкому розумінні соціальні мережі дедалі більше приймають на себе й функції осередків колективного навчання шляхом обміну досвідом, знаннями, навичками, різного роду корисними порадами, іншою практично важливою інформацією між співгромадянами. Зазначене стосується як питань повсякденного життя, зокрема охорони здоров'я, виховання дітей, організації побуту і ведення домашнього господарства, так і проблем, які виходять на більш високий рівень суспільних комунікацій, у тому числі культурно-пізнавальних, освітніх, професійних. Спілкування в соціальних мережах сприяє формуванню позитивних стереотипів поведінки, підвищенню культури споживання, що теж є важливим для загального піднесення гуманітарної культури суспільства.

Зокрема, у сучасному глобалізованому світі, за умов різкого зростання значення врахування національних культурних особливостей, мережеве спілкування не лише фахівців і осіб, які працюють за кордоном або мають наміри там працевлаштуватися, а й навіть просто мандрівників-туристів дедалі більше виступає дієвим чинником практичного освоєння на основі порівняння і врахування колективного досвіду основ кроскультурного спілкування, на професійному рівні – кроскультурного менеджменту, тобто освоєння практик успішної адаптації і дій в інокультурному середовищі [59]. Ідеться, зокрема, про колективне навчання шляхом обговорення питань, пов'язаних з ефективністю врахування ментальних і культурних особливостей, норм і цінностей, політичних традицій і умов, різниць у способі життя та ведення справ, побуті, повсякденному спілкуванні.

Одночасно і «класичні» автономні блоги, присвячені проблемам вітчизняної науки, освіти, культури, дедалі більше втрачають характер індивідуального авторського майданчика й перетворюються на простір колективного обговорення, що сприяє зростанню їх відвідуваності й систематичності публікацій і знову таки стирає крихку грань між автономними блогами і власне соціальними мережами [60].

Блоги є важливим рушієм суспільно-політичного піднесення, згуртування широкого загалу навколо суспільних ідеалів боротьби за свободу й демократію, національне самоствердження, розвиток української культури. Про їхню головним чином гуманітарну спрямованість красномовно говорить упорядкований нещодавно каталог найцікавіших українських блогів, який охоплює нині вже понад 830 ресурсів (<http://www.ukrainianblogs.com/ru>).

На ґрунті розвитку вітчизняної блогосфери в Україні постало цікаве явище віртуальної комунікації – рух блогерів – як прагнення до їхнього громадянського згуртування, акумуляції зусиль. Спільним інформаційним ресурсом протестного руху виступає, зокрема, мережевий майданчик «Ні корупції!». У 2014 р. українські блогери – автори ресурсів громадянського й гуманістичного звучання – здобули одразу кілька призів у різних номінаціях на міжнародному конкурсі кращих світових блогів, мікроблогів і проектів у соціальних мережах The Bobs, який з року в рік проводить німецька медіа-компанія Deutsche Welle [61]. Переможцями стали, зокрема, «Євромайдан» («Ми – єдина Україна, Мы – единая страна», [www.facebook.com/EuroMaidan](http://www.facebook.com/EuroMaidan)) – одна з найбільш масових і популярних Facebook-спільнот в Україні; творче об'єднання кіно громадянського спротиву «Вавилон 13» ([www.facebook.com/babylonfilms](http://www.facebook.com/babylonfilms)); ресурс Yanukovichleaks, на якому опубліковано документи, виявлені в резиденції в «Межигір'ї» ([www.yanukovichleaks.org](http://www.yanukovichleaks.org)); Stopfake.org, створений за ініціативою випускників і студентів Могилянської школи журналістики і програми для журналістів та редакторів Digital Future of Journalism ([www.stopfake.org](http://www.stopfake.org)); блог журналіста «Української правди» С. Лещенка ([blogs.pravda.com.ua/authors/leschenko](http://blogs.pravda.com.ua/authors/leschenko)) [62].

Проте блоги є явищем досить суперечливим. Їх ведення широко застосовується також задля приватних інтересів – піару, поширення впливу відомих блогерів на громадську думку, принаймні в тому середовищі, яке ціка-



вється тематикою їхніх блогів. Дедалі більшої популярності набуває ведення блогів з метою отримання заробітку – за рахунок спонсорів, розміщення посилань тощо. За даними опитування, опублікованими Я. Федораком, до 30 % нинішніх українських блогерів мають за мету одержання прибутку, з них 8 % блогерів-професіоналів заробляють понад 1 тис. американських доларів на місяць [63]. Зрозуміло, зазначені прагнення потребують докладання значних зусиль для «розкрутки» популярності блогів, що справляє досить суперечливий вплив на їхній контент. У результаті, у багатьох блогерів прагнення до ведення комерційного блогу часто передує уявленням, про що ж, власне, їм слід писати. Як наслідок, ситуація, коли «немає чого сказати», загрожує появою значного інформаційного шуму. Недарма в Інтернеті з'являються спеціалізовані навчально-методичні блоги з порадами щодо оптимальної організації і змістового наповнення авторських блогів [64].

Характерним явищем, що є відображенням суспільно-політичного піднесення, пошуку шляхів утвердження національної ідентичності й консолідації української політичної нації, є поширення у блогосфері матеріалів з історії й культури нашої Батьківщини. Прикладом цього є платформа «Народний блогер» (<http://blogger.com.ua>), яка декларує себе так: «Народний блог про минуле, сьогодення і майбутнє України, події, що відбуваються у світі і мають до неї відношення. Правда про наше життя, як її бачать прості люди. Правда про Україну» [65]; «Народні блоги» на «Українській правді» (<http://narodna.pravda.com.ua>).

Особливий інтерес у плані обміну досвідом, ідеями, оригінальними особистими думками щодо широкого кола подій і явищ становить один з найпопулярніших у світі блог-сервісів LiveJournal, відомий в Україні як «Живий Журнал». Нам уже доводилося його докладно аналізувати як феномен вітчизняної гуманітарної культури сучасної доби [66]. Наділений зручними інструментальними можливостями для розміщення матеріалів віртуальних співтовариств, особистих і колективних блогів, тематичних публікацій, записів, коментарів і особливо онлайн-щоденників, «Живий Журнал» утвердився в Україні як провідний (але не єдиний!) комунікаційний майданчик для інтелектуальних обговорень значного кола проблем суспільного розвитку, освіти, науки, літератури й культури, що мають визначальний вплив на формування настроїв, кристалізацію суспільної думки, виховання інтересів, поглядів, естетичних смаків, активних

зацікавлень гуманітарного плану. Прикладом тому може бути мережева спільнота *literatura\_ua* [67], у якій бере участь чимало відомих вітчизняних блогерів-літераторів, переважно молодих, і відбувається жваве обговорення проблем літературного життя, надрукованих і існуючих поки що лише в електронних версіях, творів. Важливу роль відіграє і представлення у «Живому Журналі» блогів провідних українських видавництв, зокрема «Фоліо» (<http://folioua.livejournal.com>), спільнот, створених навколо обговорення літературних новинок [68] і ряду книгарень, які відіграють активну роль у пропаганді української літератури, наприклад «Смолоскип» (<http://knyharnya.livejournal.com>).

Водночас літературне життя яскраво представлено й у блогах літераторів і літературних критиків поза «Живим Журналом»: на «Українській правді» (І. Андрусак, Т. Возняк, О. Забужко, І. Малкович, Л. Подеревянський, Є. Рибчинський, І. Славінська, О. Сливинський) (<http://blogs.pravda.com.ua>), у численних авторських блогах на «ЛітАкценті» (<http://litakcent.com/category/blogs>). До цього «літературного кола» тяжіють і цілком самостійні блоги українських видавництв, наприклад «Факт» ([www.fact.kiev.ua](http://www.fact.kiev.ua)), і блоги, присвячені читанню, зокрема «Книжковий континент» (<http://booknazy.blogspot.com>).

У цілому, певна тенденція до переміщення приватного спілкування творчих особистостей, професіоналів – літераторів, художників, дизайнерів, архітекторів – із майданчиків великих соціальних мереж до власних автономних блогів простежується. Це притаманно особливо тим, хто відчуває, що вже «переріс» певною мірою усереднені масштаби мережевої репрезентації, прагне серйозно позначити своє місце і пріоритети у творчому просторі, сформував власний бренд, представити тексти, портфоліо, творчі архіви [69].

Цікавим феноменом наших днів стали блоги, засновані на територіальному принципі – офіційні, а переважно неофіційні блоги територіальних громад, осередків спілкування земляків, блоги культурно-освітні, краєзнавчі, для туристів тощо. Вони стали центрами зацікавленого обговорення різноманітного за своїм діапазоном кола проблем, як загальнонаціонального масштабу, так і локальних – політичних, економічних, соціальних, культурних, гуманітарних у найширшому розумінні, що постають у сьогоднішньому житті окремих регіонів, міст. Саме подібні блоги містять

унікальну за своєю змістовною насиченістю панорами культурного життя українських регіонів. Прикладами можуть бути досить різні між собою за змістом і стилем побудови блоги: «Жизнь в Киеве» (<http://lifekiev.com>), «Киев» (<http://777-konstantin.blogspot.com>), блоги, присвячені сторінкам історії й культури Харкова на сайті [Mykharkov.info](http://Mykharkov.info), «Моя Вінниця» (<http://www.myvin.com.ua/ru/pravda.html>), блоги на сайті «Рідний Кіровоград» ([k.kr.ua/blogi](http://k.kr.ua/blogi)) і «Гречані блоги» на інформаційному порталі Кіровоградщини «Гречка» (<http://gre4ka.info/blog>), блоги на офіційному туристичному сайті Львова [lviv.travel](http://lviv.travel) ([lviv.travel/ua/about\\_lviv/reviews](http://lviv.travel/ua/about_lviv/reviews)) і багато інших.

Важливим тематичним напрямом у соціальних мережах і блогосфері стало спілкування вітчизняних науковців та вчених вищої школи. Його найбільш помітними осередками нині є «Соціальна мережа науковців» (<http://www.science-community.org/uk>), група «Ученые против лженауки – Украина» у мережі «ВКонтакте» ([http://vk.com/topic-43241797\\_27056909](http://vk.com/topic-43241797_27056909)), блоги «Ukrainian Scientist Worldwide: Українські науковці у світі» (<http://www.usw.com.ua>), сайт Українського наукового клубу (<http://nauka.in.ua/blog>), «Науковий блог» (<http://naub.org.ua>), блоги веб-сайту «Моя наука» (<http://my.science.ua/blogs>), форуми «Українська наукова інтернет-спільнота» (<http://www.nauka-online.org/forum>), онлайн-журнал Наукового товариства ім. Шевченка (<http://ntsh.org/hanitkevych>). Сформувалися блогерські групи за науковими напрямками: фахівців із психології (<http://my.science.ua/blog/psychology>), у галузі географічних наук (<http://www.geograf.com.ua/blogers>). До речі, для обговорення професійних наукових проблем і організації дослідницького пошуку з успіхом можуть активно використовуватися й соціальні мережі широкого тематичного спрямування. Наприклад, Служба інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (СІАЗ) Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського напрацювала досвід обговорення окремих праць, збірників, монографій науковців на базі «Живого Журналу» [70].

В Україні з'явилися поки що не дуже численні блоги й форуми окремих наукових установ, вищих навчальних закладів, їхніх факультетів і кафедр. На жаль, у своєму розвитку вони лише незначною мірою відображають ті нові ідеї і віяння, які жваво обговорюються у світі, щодо місця й ролі онлайн-освіти в сучасному суспільстві. Змістовна дискусія з цих проблем відбулася, зокрема, у рамках Всесвітнього економічного форуму в

Давосі у січні 2013 р. [71]. Власне, в Україні йдеться лише про перші підходи до використання соціальних мереж і блогів у освітньому процесі. У більшості блоги ще не знайшли свого «власного обличчя», специфіки, сфери використання порівняно зі статичними офіційними веб-сайтами навчальних закладів. Але серед вдалих, оригінальних за обговорюваною тематикою, можна відзначити цілу низку блогів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (<http://www.kpi.kharkov.ua/ua/home/blogosphere/>), науковий блог Національного університету «Острозька академія» (<http://vk.com/club14428110>), Київського університету ім. Бориса Грінченка (<http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/ректорат/storinka-rektora/blog.html>), Житомирського державного технологічного університету (<http://blog.ztu.edu.ua/category/naukova-diyalnist>), форум Київського національного університету культури і мистецтв (<http://teatral.org.ua/forum/viewtopic.php?t=1514>), блоги Українського центру культурних досліджень ([http://www.culturalstudies.in.ua/2008\\_blogi.php](http://www.culturalstudies.in.ua/2008_blogi.php)) та відділу науки Національного природного парку «Хотинський» (<http://blognauki.in.ua/index2.php>).

Втілюються в життя поки що перші вітчизняні та зарубіжні напрацювання з практичного використання блогів у навчальній роботі та в обміні її досвідом між педагогами. Ідеться, зокрема, про застосування мережевих «щоденників читання» для розвитку інтересу до нього серед студентів вищих навчальних закладів – через віртуальний діалог викладачів і студентів [72], а також методик використання з навчальною метою спеціалізованих викладацьких, аудиторських та студентських блогів [73]. Особливого поширення ці новітні форми роботи набули у філологічній освіті, на цей час найбільш забезпеченій відповідними методичними напрацюваннями [74]. Завдяки цьому ряд блогів навчально-інформаційного спрямування для вчителів і учнів загальноосвітніх шкіл створено педагогами-філологами в різних регіонах України [75, 76]. Зокрема, значний пізнавальний і методичний інтерес становить навчальний блог учителя фізики О. Ляхоцької (<http://fizikaschool5.blogspot.com/>). Поступово формуються в Україні й мережеві осередки пропаганди знань із проблем морального і естетичного виховання дітей, здорового образу життя.

Окремо слід відзначити, що впродовж останніх років відчутно зростає присутність у блогосфері вітчизняних бібліотечних установ та асоціа-

цій, які починають дедалі активніше використовувати її можливості для піднесення ролі бібліотек як суспільно важливих інститутів гуманітарної культури, активної пропаганди книги, читання, своїх новітніх інформаційних можливостей із забезпечення вільного доступу громадян до інформації. Зауважимо при цьому, що українські бібліотечні установи, і серед них національні, провідні публічні державні, спеціалізовані, зокрема, університетські бібліотеки досить активно представлені також і в соціальних мережах – Facebook, «Однокласниках», «ВКонтакте». Таке подвійне, поряд зі створенням власних блогів, докладання зусиль зовсім не є зайвим. Воно допомагає просувати бібліотечні інформаційні продукти й послуги, сприяє поширенню корисної для читачів інформації, піднесенню привабливості бібліотек.

Суттєвою важливою рисою як власне бібліотечних сайтів, на яких розміщується частина блогів, так і представлення бібліотек у соціальних мережах, здебільшого на Blogspot (на платформі Blogger), WordPress, LiveJournal, є концентроване подання інформації, що становить актуальний інтерес для читаючої публіки: про нові книжки та їх презентації, зустрічі читачів з авторами – письменниками, науковцями, журналістами, громадсько-політичними діячами, а також про досить широкий спектр інших подій наукового, культурного, мистецького життя, конференції та круглі столи, виставки, організовані бібліотеками, освітніми та науковими установами, архівами, музеями, громадськими організаціями й осередками. Значна увага приділяється в бібліотечних блогах публікації інформаційних і методичних матеріалів на допомогу читачам. Прикладом цього можуть бути, зокрема, блоги на веб-сайті бібліотеки Вінницького національного медичного університету ім. М. І. Пирогова ([http://library.vsmu.edu.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=195&Itemid=89](http://library.vsmu.edu.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=195&Itemid=89)).

Не меншою мірою бібліотечні блоги важливі також тим, що слугують віртуальними центрами об'єднання бібліотечної спільноти, обговорення професійних проблем бібліотекарів, поширення важливої для них науково-методичної, а також правової інформації з питань, що стосуються організації бібліотечної справи та соціального захисту працівників. Серед останніх найбільшим успіхом користуються «Пан Бібліотекар» (<http://panbibliotekar.blogspot.com>), «Творчість та інновації в українських бібліотеках: інформаційно-просвітницький блог для бібліотекарів» (<http://libinnovate.wordpress.com>),

створені Українською бібліотечною асоціацією блоги «Електронна книга у бібліотеці» (<http://ebookinlibrary.wordpress.com>) та з правових проблем бібліотечної справи ([advocacyuba.wordpress.com](http://advocacyuba.wordpress.com)), «Доступ громадян до офіційної інформації: роль бібліотек» (<http://govinfolibrary.wordpress.com>), «Авторське право в бібліотеках» ([copyrightinthelibrary.wordpress.com](http://copyrightinthelibrary.wordpress.com)), а також блог «Могилянська бібліотекарка» (<http://kmalibrary.wordpress.com>), «Методичний блог» Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки (<http://rdob-blog.ucoz.ua>). У формі блогу побудовано сайт «Читай! Формат не має значення» – цікавий і оригінальний соціальний проект, заснований у 2013 р. Українською бібліотечною асоціацією (<http://anyformatread.org>), який, безумовно, має перспективу, а тому потребує на широку підтримку з боку літературної та бібліотечної громадськості.

Загальну кількість бібліотечних блогів в Україні навіть визначити важко. Веб-сайт програми «Бібліоміст», який враховує переважно лише блоги публічних бібліотек – обласних, міських, районних, навіть окремих сільських, налічував їх на середину 2013 р. трохи більше 50, рік по тому – станом на кінець серпня 2014 р., уже подає перелік зі 194 блогів. За ним нам вдалося виділити 13 блогів обласних публічних наукових бібліотек та їх окремих структурних підрозділів, 25 блогів міських бібліотек, понад 55 районних бібліотек та бібліотек централізованих бібліотечних систем, 17 сільських та селищних бібліотек, 15 – створених бібліотеками для юнацтва та 33 – дитячими бібліотеками. Близько 30 бібліотечних блогів започатковано громадськими організаціями, фахівцями-бібліотекарями й науково-методичними бібліотечними центрами. Проте в переліку «Бібліомосту» враховано лише два блоги бібліотек, що мають статус національних, п'ять університетських [77], отже, він є дуже далеким до повноти. На це вказує і той факт, що на веб-сайті Національної бібліотеки України для дітей зазначено адреси в Інтернеті 125 блогів дитячих бібліотек України [78].

Слід критично відзначити, що найбільшим бібліотекам України, перш за все тим з них, що мають статус національних, ще належить чимало зробити для ефективного використання участі в соціальних мережах. Недостатня увага до цього напряму роботи пов'язана, як нам здається, з наявністю у них всебічно розбудованих і насичених інформацією веб-порталів, які слугують спілкуванню з читачами, забезпечуючи також певні елементи

зворотного зв'язку з ними. Крім того, орієнтація на спілкування, перш за все через веб-сайт, багато в чому обумовлена самим контингентом читачів, особливостями задоволення їхніх інформаційних інтересів.

Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського, наприклад, розгорнула кілька блогів, зокрема в мережі Facebook: «Репортер СІАЗ» (<https://www.facebook.com/ufhvjysz>), «Центр науково-бібліографічної інформації НБУВ» ([www.facebook.com/pages/Центр-науково-бібліографічної-інформації-НБУВ/366364483462550](http://www.facebook.com/pages/Центр-науково-бібліографічної-інформації-НБУВ/366364483462550)), «Національна юридична бібліотека» (<https://www.facebook.com/nllofua/timeline?filter=1>), а також «ВКонтакте» (<http://vk.com/public.phpsiaz>), але їх контент повторює зміст матеріалів інформаційного порталу НБУВ, що, безумовно, є необхідним для популяризації діяльності бібліотеки, отже, не сформував ще власного оригінального інформаційного профілю. У цьому плані від них вигідно різниться тематична «Група читачів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського», створена, власне, у мережі «ВКонтакте» поза бібліотекою, хоча і за участі її працівників, матеріали якої містять не лише цікаву практичну інформацію для читачів, а й діалог, спрямований на спільний пошук практичних рішень щодо вдосконалення їх обслуговування (<http://vk.com/club22008307>).

Так само поки що дублюють інформацію офіційних веб-сайтів установ автоматично згенеровані блоги інших великих бібліотек, наприклад Національної парламентської бібліотеки України (<https://www.facebook.com/parliamentary.library>), Національної історичної бібліотеки України (<https://www.facebook.com/historicallib>;<http://vk.com/historicallib>), Харківської державної наукової бібліотеки ім. В. Г. Короленка (<http://vk.com/id185094199>) та багатьох інших.

Порівняно з тим, сама специфіка роботи юнацьких і дитячих бібліотек обумовлює стратегію розгортання їхніх контактів із читацькою аудиторією з широким використанням соціальних мереж, які є дуже притягальними для молодого покоління. Тому упорядкування ними яскравих за змістом і оформленням блогів у мережах стало певним інформаційним проривом. До числа кращих з них належить блог Національної бібліотеки України для дітей «НБУшка» (<http://nbukids.wordpress.com>), який привертає увагу оригінальністю побудови, адресністю інформації для педагогів і дитячого читацького загалу. Також у вигляді блогу Національна бібліотека України

для дітей розбудувала ресурс «Ключ: Краща література юним читачам» (<http://www.chl.kiev.ua/key>), модератором якого виступає Н. Марченко, науковець Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського – оригінальний і змістовний інформаційно-аналітичний інтернет-проект, присвячений панорамі розвитку дитячої літератури України.

Блоги дитячих бібліотек вирізняються важливою для їхньої аудиторії наочністю й емоційністю подання матеріалів, спрямованих на патріотичне виховання юних українців. Водночас перегляд серії подібних блогів засвідчує нестачу у багатьох їх упорядників спеціального методичного досвіду створення ресурсів для різних вікових категорій читачів, організації діалогу зі школярами, тут є велике поле роботи для педагогів і психологів.

Новим явищем, співзвучним духові суспільного піднесення наших днів, стає розширення діапазону проблем, обговорюваних на бібліотечних блогах. Це істотно посилює значення й роль бібліотек у суспільстві як центрів суспільно-політичного та культурного життя, осередків громадської думки. Наприклад, Сумська обласна універсальна наукова бібліотека ім. Н. К. Крупської створила вдалий «Блог присвячений відображенню подій в бібліотеці і культурного життя міста Суми» (<http://sumyounb.blogspot.com>).

До бібліотечних ресурсів блогосфери тісно примикають ті, що присвячені проблематиці книги, читання, прищепленню інтересу до нього, виховання читацьких смаків. До їх числа належить, зокрема, блог Pro-mova, створений Форумом видавців на платформі Slideshare, широко використовуваній у світі для обговорення саме гуманітарних проблем ([http://www.slideshare.net/pro\\_mova/](http://www.slideshare.net/pro_mova/)).

Дедалі більшого розвитку в Україні набувають блоги, присвячені сучасному стану та проблемам розвитку інших галузей гуманітарної сфери, наприклад: музейництва, туризму, театрального мистецтва. При цьому визначальним чинником у цій новаторській справі є не формальні ранги установ культури, а креативна енергія ентузіастів, розуміння ними необхідності використання електронного середовища для пропаганди культури й мистецтва України, скарбів її минулого і ознайомлення громадськості із сучасними проблемами культурно-мистецького життя. Прикладами тому є колективний блог «Театри Харкова» (<http://kharkov.nezabarom.ua/theatre/blogs>), блоги на веб-сайті Рівненського академічного музично-драматичного театру (<http://dramteatr.com.ua/blogs/>), Центру ім. Вс.Мейерхольда



в Херсоні (<http://teatr.kherson.ua/>). Музейній справі присвячені блоги на ресурсі Prostir.museum (<http://prostir.museum/ua/blogs>), «Літературні та меморіальні музеї України і світу» (<http://www.lit-muz.com/?cat=150>).

Узагалі, соціальні мережі та блогосфера є дуже динамічним інформаційним середовищем, ситуація в якому швидко змінюється. Все нове, що відбувається в них, потребує не лише систематичного й вдумливого спостереження фахівців різних соціогуманітарних галузей, але й активного втручання суспільства та держави, адже віртуальний комунікаційний простір є безпосереднім продуктом і відображенням сучасного неспокоїного світу з усіма його проблемами й тривожними тенденціями. У ньому точиться гостра боротьба ідеологій, політичних і економічних інтересів, цінностей, культури й антикультури.

У мережевому просторі швидко кристалізуються принципово нові явища, його швидко та впевнено «окупають» професіонали зі сфери бізнесу, політики й військові, спецслужби, метою яких є «приручення» і використання стихії людського спілкування у своїх інтересах, встановлення ефективного контролю над нею. Технологічним інструментом цієї інвазії стає тотальне, «індустріальне» насадження тенденційної інформації власного продукування [79]. Тому занепокоєння фахівців-політологів викликають прояви пасивного психологічного підкорення значної частини учасників комунікацій потокам різномірної інформації, незрідка – досить сумнівної, «сенсаційної», епатажної, що збільшує можливості ідеологічних впливів, зокрема, зовнішніх, маніпулювання свідомістю, формування деструктивних суспільних настроїв, запровадження нових форм контролю за особою й суспільством [80]. Мережа потенційно здатна формувати ізольований від реального життя світ, із своїми уявленнями й цінностями, які відкидають як «неіснуюче» все, що виходить за їхні межі.

Не можна не помічати й того, що при всьому значному позитивному внескові блогерів у розвиток гуманітарної сфери України, у побудуванні вітчизняної блогосфери вже кілька років тому визначилися певні тривожні кризові явища. Вони обумовлені цілим комплексом причин. Найпершими виявилися проблеми незручності пристосування творчої особистості до багатьох прийнятих у блогосфері правил, зокрема, щодо спілкування з анонімними кореспондентами, які виступають під певним «ніком», а особливо витрачання на таке спілкування дорогоцінного часу.

Одне це примушує багатьох відомих діячів культури закривати свої блоги і подекуди компенсувати це формуванням власних веб-сайтів. Зазначене стало вже помітною тенденцією, відзначеною дослідниками [81]. Безперечно, вона відображає й ставлення широкого загалу до блогів. У зв'язку з цим слід взагалі зауважити, що на тлі продовження зростання загальної кількості блогерів, кількість активних блогерів помітно зменшується. Розвивається й інше, досить негативне за своїми гуманітарними наслідками явище, породжене самими принципами «швидкісного», електронного діалогу. Йдеться про його спрощення, поширення «скорочених» форм sms-мовлення, що багатьма дослідниками, насамперед культурологами, оцінюється як чинник вульгаризації культури міжлюдських комунікацій, їх інтелектуального і духовного, емоційного збіднення. Саме на тлі цього остаточно «щезає» епістолярний жанр спілкування, з яким чимало пов'язано в розвитку гуманістичних засад вітчизняної культури.

Слід пильно зважати також на загальний прагматичний, комерційний характер функціонування комунікаційних мереж, які належать великим інформаційним корпораціям. Мережі дуже ефективно, хоча певною мірою й приховано, використовуються ними, а також «незалежними» блогерами для нав'язливої реклами товарів і послуг, яка у багатьох випадках перебирає міру, призводить завдяки безупинному повторенню до зміщення у її пасивних споживачів ціннісних уявлень. Однак справжньою бідою, яка примушує суспільство бити на сплех, стало нічим не обмежене збирання інформаційними корпораціями приватної інформації про громадян, причому, – як персональної (що прямо заборонено законодавством багатьох країн), так і про їх інформаційні запити, професійні інтереси, коло знайомих та споживчі зацікавлення. Останнє дуже мало піддається контролю й регулюванню, але може бути ефективно використано проти особи. Нам вже неодноразово доводилося писати й про таке поширене у всьому світі явище, як приховане примушування громадян до переходу ними за безпечний «поріг приватності» і мимовільного розголошення в мережах своїх персональних даних і, узагалі, широкого кола приватної інформації про себе, своїх рідних і оточення [ 82]. При цьому йдеться як про використання громадянами соціальних мереж загального спрямування – Facebook, Blogger, Twitter, «ВКонтакте», «Однокласники», так і подібних до них мереж, що цілеспрямовано інтегрують родинну інфор-

мацію. Наприклад, My Heritage Research (<http://www.myheritage.com>), у якій кількість персональних профілів по всьому світові вже сягнула понад 1,5 млрд, Ancestry.com (<http://www.ancestry.com>); «Всероссийское генеалогическое древо» (<http://www.vgd.ru>; база даних: <http://baza.vgd.ru>); «Генеалогическое древо» (<http://r-g-d.org>), Genealogia.ru (<http://www.genealogia.ru/gene/bpg/default.asp>) та ін.

Останнім часом у розвитку соціальних мереж і української блогосфери стали помітними й принципово нові негативні явища, пов'язані з прагненнями певних політично заангажованих сил опанувати нею як простором для ведення інформаційних війн і операцій у гуманітарній сфері проти України. Зазначене відчутно пов'язане з загальним загострення внутрішньо- і зовнішньополітичного протистояння. Цьому чималою мірою сприяє те, що сама специфіка спілкування в соціальних мережах і блогах, їх контент досить сильно позначені суб'єктивними моментами і оцінками, у них незрідка відбувається масове й цілеспрямоване тиражуванням неперевіраних чуток і домислів. Це стосується не лише інформації суто політичної, але й торкається і сфер соціально-гуманітарного розвитку. З'явилися цілі наймані «армії блогерів», які цілеспрямовано втручаються в інформаційне середовище, намагаючись його дестабілізувати не лише шляхом поширення негативної інформації, а й деструктивних, антигуманних ідей, «усереднених» світоглядних і моральних поглядів, певних уявлень і стереотипів поведінки, особливо – у сферах міжетнічного спілкування та міжконфесійних відносин, асоціального стилю й способу життя, споживчих запитів, естетичного несмаку та пошлості, що в цілому спрацьовує на пониження інтелектуального й духовного рівня комунікацій.

Недарма на УНІАН (<http://www.unian.net>) та багатьох інших популярних інформаційних ресурсах у 2014 р. з'явилися оголошення про тимчасове відключення на них можливостей коментування матеріалів у зв'язку з почастишенням провокацій і розпалювання міжнаціональної ворожнечі.

Слід згадати також про посилену пропаганду містичних ідей, фаталізму, лавиноподібне поширення останнім часом різного роду пророцтв тощо, як правило, – із посиланнями на відповідні «спеціалізовані» вебсайти. До цього все більше додається використання технічних засобів, здатних дезорганізувати комунікаційні зв'язки, підмінювати зміст

інформації тощо (за принципом: шукаємо одне, знаходимо інше, те, що нам хочуть нав'язати).

Зрозуміло, баланс позитиву й негативу, пов'язаний із впливом мережевого середовища на окрему людину та на малі й великі групи, є досить розмитим, невизначеним. Він простежується лише опосередковано, коли на «поверхні життя» стають виразно помітними результати таких впливів – у динаміці змін громадської думки, соціально-культурних орієнтацій, розвиткові суспільно-політичного руху. Слід зауважити, що стосовно окремої людини цей баланс позитиву й негативу, який має мережеве спілкування, значною мірою залежить від ступеня її особистісної зрілості, системи цінностей, стійкості переконань. Водночас необхідно визнати, що в цілому, можливості людини й широкого загалу у протистоянні інтенсивним інформаційним впливам, суспільним і культурним стереотипам, є досить обмеженими. Зважаючи на це, захист від негативних проявів мережевого спілкування, як і загалом, усього інтернет-середовища, є дуже актуальною суспільно-політичною і гуманітарною проблемою, яка поступово вимальовується «на весь зріст», хоча не знайшла ще вповні адекватного комплексного осмислення з боку спеціалістів.

Між тим, зазначені небезпечні для людини й суспільства в цілому прояви вимагають вже у багатьох випадках втручання держави з усіма її правовими й технічними засобами для забезпечення конституційного права громадян на захист їх персональних даних, приватних інформаційних ресурсів та права вільного доступу до інформації. Для сучасної ж інформаційної політики Української держави, на жаль, у цілому характерним є її безсистемність, фрагментарність, незначне втручання в інформаційний процес, що говорить одночасно як про певні прагнення реалізувати демократичні засади, повагу до права громадян на свободу інформації, так і про недостатність цілеспрямованого відстоювання національних інтересів. Складність, дійсно, полягає в тому, що всі проблеми, які постають навколо соціальних мереж, окремих ресурсів і їхніх сторінок, на наш час дуже важко піддаються контролю, правовому й економічному врегулюванню, і не лише в Україні, а й в усьому світові. Звідси, зокрема, походить і можливість захоплення інформаційного простору віртуальними співтовариствами, у тому числі шляхом застосування новітніх технологій «Twitter-революцій», і незграбні спроби урядів окремих країн встановити жорсткий

адміністративно-політичний контроль над ресурсами, обмежити вільне висловлення громадянами своїх поглядів у соціальних мережах і блогах.

На наше переконання, у відкритому, демократичному суспільстві до сфери мережевих соціальних комунікацій дійсно можуть застосовуватися окремі форми «м'якого» державного регулювання, як це робиться, наприклад, у Європейському Союзі, але провідна роль у досягненні їх відповідності національним інтересам має належати цілком демократичним елементам впливу і зусиллям самого громадянського суспільства, яке мусить своїм авторитетом визначати моральні вимоги, задавати високі стандарти гуманітарної культури.

Для досягнення цієї мети необхідно є розробка й послідовна реалізація державної стратегії, заснованої на визнанні політики стосовно соціальних мереж як важливої складової державної інформаційної політики в цілому. Держава, не вдаючись до створення жорсткої регулюючої системи, повинна більш активно входити до мережевої комунікаційної сфери шляхом безпосередньої підтримки розгортання ресурсів бюджетних та й позабюджетних організацій. Ідеться, зокрема, про необхідність стимулювання використання ними всіх можливостей, які надає мережеве спілкування для налагодження зв'язку із широким громадянським загалом, пропаганди ідей національної ідентичності України, патріотизму, гуманності.

Слід прямо зазначити, що недостатнє використання державними установами й організаціями у своїй роботі всіх тих багатоваріантних можливостей, які надає мережеве спілкування, є неприпустимою в наш час помилкою, що істотно знижує ефективність їхнього функціонування в сучасному суспільстві з його якісно новими інформаційними вимірами.

Одним з найважливіших напрямів цієї стратегії є, безперечно, підтримка громадською думкою україномовних ресурсів. Усе нове мусить чітко позиціонуватися в Мережі як набуток вітчизняної суспільно-політичної, гуманітарної думки, національної культури. Досягнення цього можливе лише шляхом поєднання свідомих зусиль самих учасників мережевих соціальних комунікацій. Пропагандою, формуванням громадської думки необхідно досягти того, щоб основна частина україномовних учасників мережевого спілкування зосереджувалася не лише у двох містах – Києві та Львові, як нині, а по всіх регіонах України.

Важливим спільним завданням держави і громадянського суспільства, освітніх закладів усіх рівнів, установ науки, інституцій культури, зокрема й бібліотек, має стати впровадження у сферу соціальних комунікацій креативних гуманітарних технологій, які за допомогою формування у громадян усіх поколінь сучасної інформаційної культури, практичних навичок і потреб участі в соціальних мережах, ведення та використання блогів для навчання й самоосвіти, сприяли б створенню умов для утвердження в суспільстві нових смислів і мотивацій, зразків соціальної поведінки й світоглядних орієнтирів, стійких морально-етичних та патріотичних переконань, ідей динамічного розвитку, особистого духовного і професійного зростання, суспільної толерантності, міжетнічного та міжконфесійного порозуміння, високої культури історичної пам'яті, здорового способу життя.

## Список використаних джерел до розділу 2

1. *Іващук Л.* Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації / Л. Іващук // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – 2011. – Вип. 32. – С. 63–70.

2. *Даниленко С. І.* Громадянський вимір комунікаційної революції: модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж / С. І. Даниленко // Ін-т міжнар. відносин Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. – К. : ВОП ІМВ, 2010. – 312 с.

3. *Девтеров І. В.* Соціалізація людини у кіберпросторі : монографія / І. В. Девтеров ; НТУУ «Київ. політехн. ін-т». – К., 2012. – 359 с.

4. *Якименко Ю.* Соціальні мережі та соціальні рухи / Ю. Якименко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – 2012. – Вип. 33. – С. 524–531.

5. *Лазоренко О.* Соціальний капітал: соціальні та професійні мережі в Україні / Лазоренко Олена ; Canadian International Development Agency [та ін.]. – К. : Енергія, 2010. – 104 с.

6. *Муза Д. Е.* Информационное общество: притязания, возможности, проблемы: Философские очерки : монография / Д. Е. Муза. – Днепропетровск : Адверта, 2013. – 144 с.

7. *Добровольська А.* Глобалізація інформаційного простору: адаптація України до загальносвітових тенденцій [Електронний ресурс] / Ангеліна

Добровольська // Інтернет-холдинг Олега Соскіна. – Режим доступу: <http://soskin.info/print/ea/old/2005/9-10/20050918.html>. – Назва з екрана.

8. Інформаційна складова соціокультурної трансформації українського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] / Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – 254 с.

9. Розвиток ресурсної бази вітчизняного інформаційного середовища : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, Л. А. Дубровіна та ін.] / Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – 246 с. (насамперед, розділ 2.3. Особливості формування та використання соціокультурних ресурсів соціальних медіа в українському інфопросторі. – С. 61–115).

10. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 250 с.

11. *Почепцов Г.* Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Георгій Почепцов. – К. : Спадщина, 2012. – 462 с.

12. *Почепцов Г.* Освоєння віртуального світу [Електронний ресурс] / Георгій Почепцов // Mediasapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/19777>. – Назва з екрана. – (Опубліковано 23.06.2013).

13. *Почепцов Г.* Новые сетевые феномены как результат борьбы в интернете и за интернет [Електронний ресурс] / Георгій Почепцов // Mediasapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/34159>. – Назва з екрана. – (Опубліковано 31.08.2014).

14. *Почепцов Г.* Цивілізаційні зміни як наслідок застосування гуманітарних технологій [Електронний ресурс] / Георгій Почепцов // Mediasapiens. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/2869>. – Назва з екрана. (Опубліковано 10.07.2011).

15. *Почепцов Г.* Фейсбук та моделювання щастя в медіа [Електронний ресурс] Георгій Почепцов // Mediasapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1861>. – Назва з екрана. – (Опубліковано 14.03.2011).

16. *Коноплицький С. М.* Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.01 / Коноплицький Сергій Михайлович ; Нац. акад. наук України, Ін-т соціології. – К., 2007. – 17 с.

17. *Фісенко Т. В.* Соціальні інтернет-мережі як феномен сучасного медіа-середовища : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : спец.

27.00.07 / Фісенко Тетяна Вікторівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2012. – 16 с.

18. *Плещенко К. В.* Низові інтернет-блоги в Україні: діалогізування, структурування, функціонування : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Плещенко Кирило Володимирович ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – Київ, 2014. – 16 с.

19. *Дери М.* Скорость убегаия: киберкультура на рубеже веков [Электронный ресурс] / Марк Дери. – Екатеринбург : Ультра. Культура; М. : АСТ. Москва, 2008. – 478 с.

20. *Муза Д. Е.* Информационное общество: притязания, возможности, проблемы: Философские очерки : монография / Д. Е. Муза. – Днепропетровск : Адверта, 2013. – С. 40–41.

21. *Колисниченко Д. Н.* Блоги: создание, раскрутка, заработок / Колисниченко Денис Николаевич. – М. ; СПб. ; К. : Диалектика : Вильямс, 2010. – 325 с.

22. *Дарморіз О.* Особливості розвитку інформаційної культури в добу глобалізації / О. Дарморіз // Вісн. Львів. ун-ту. Серія «Філософські науки». – 2012. – Вип. 15. – С. 190–196.

23. *Коваленко О. В.* Кіберпростір – гуманістичний потенціал цивілізації / О. В. Коваленко // Психол. перспективи. – 2011. – Вип. 18. – С. 111–121.

24. *Терешкун О.* Соціальні мережі у сучасному суспільстві: психологічний аналіз / О. Терешкун, О. Ілюшкін // Соц. психологія. – 2011. – № 5. – С. 86–95.

25. *Архипова С. П.* Соціальні мережі та їх вплив на соціалізацію студентської молоді / С. П. Архипова, Я. М. Скорик // Вісн. Черкас. ун-ту. Серія «Пед. науки». – 2010. – Вип. 183, ч. 4. – С. 16–19.

26. *Данилюк С. С.* Особливості використання Інтернет-технології «блог» у процесі формування професійної компетентності майбутніх філологів [Електронний ресурс] / Данилюк Сергій Семенович // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2012. – № 3 (29). – Режим доступу: <http://www.journal.iitta.gov.ua>. – Назва з екрана.

27. *Запорожець Д. А.* Можливості та переваги використання інтернет-ресурсів для студентів-філологів [Електронний ресурс] / Запорожець Діана Анатоліївна // Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe Budapest. – Режим доступу: <http://scaspee.com/6/post/2013/01/8.html>. – Назва з екрана.



28. *Черній М. М.* Особливості використання соціальних мереж у процесі навчання в цілях активізації навчальних і комунікативних навичок студентів й учнів [Електронний ресурс] / М. М. Черній // Інформ. технології і засоби навчання : [електрон. журн.]. – 2012. – № 4.

29. *Косик В. М.* Соціальні сервіси Інтернет в освіті. Соціальні мережі / В. М. Косик // Освіта на Луганщині. – 2011. – № 2. – С. 243–247.

30. *Вернік Ю.* Блоги як новітні джерела біографічної інформації / Ю. Вернік // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – Вип. 31. – С. 626–635.

31. *Матвій І. Є.* Особливості реклами в соціальній мережі «ВКонтакте» (Vkontakte.ru) / І. Є. Матвій, І. Я. Кулиняк // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». – 2010. – № 690. – С. 375–380.

32. *Попик В. І.* Мережеве спілкування як простір розвитку гуманітарної культури / В. І. Попик // Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – С. 221–243.

33. *Попик В. І.* Пошуки власного коріння в глобальних інформаційних мережах : новий соціально-культурний і соціально-психологічний феномен / В. І. Попик // Тенденції впливу глобального інформаційного середовища на соціокультурну сферу України : [монографія] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – С. 153–176.

34. *Попов А. В.* Блоги. Новая сфера влияния / А. В. Попов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 327 с.

35. *Ширин С. С.* Социально-гуманитарные аспекты современных информационных систем в работе аналитика-международника : учебно-метод. пособие / Ширин Сергей Сергеевич. – СПб. : СПбГУ, 2009. – С. 12, 16.

36. *Ширин С. С.* Социально-гуманитарные аспекты современных информационных систем в работе аналитика-международника : учебно-метод. пособие / Ширин Сергей Сергеевич. – СПб. : СПбГУ, 2009. – С. 8, 15.

37. *Truijen K.* Bernard Stiegler – From Neuropower to Noopolitics Institute of network cultures [Electronic resource] / Truijen Катна // Institute of network cultures. – Mode of access: <http://networkcultures.org/unlikeus/2013/03/26/bernard-stiegler-from-neuropower-to-noopolitics>. – Title from the screen (більш широко: *Stiegler B.* The most precious good in the era of social technologies //

Unlike us reader.Social media monopolies and their alternatives.Ed.by G. Lovink a.o. – Amsterdam, 2013).

38. *Данилюк С. С.* Особливості використання Інтернет-технології «блог» у процесі формування професійної компетентності майбутніх філологів [Електронний ресурс] / Данилюк Сергій Семенович // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2012. – № 3 (29). – Режим доступу: <http://www.journal.iitta.gov.ua>. – Назва з екрана.

39. *Ширин С. С.* Социально-гуманитарные аспекты современных информационных систем в работе аналитика-международника : учебно-метод. пособие / Ширин Сергей Сергеевич. – СПб. : СПбГУ, 2009. – С. 23.

40. *Почепцов Г.* Фейсбук та моделювання щастя в медіа [Електронний ресурс] / Георгій Почепцов // Mediasapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1861>. – Назва з екрана.

41. *Почепцов Г.* Фейсбук та моделювання щастя в медіа [Електронний ресурс] / Георгій Почепцов // Mediasapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1861>. – Назва з екрана.

42. *Jarofed* [Ярослав Федорак]/ Портрет українського користувача Інтернету [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2014/07/28/ukrainian-internet-user-survey/#more-4300>. – Назва з екрана. (Опубліковано 28.07.2014)

43. *Jarofed* [Ярослав Федорак]. Як розвивається український Інтернет та еволюціонує аудиторія (статистика GFK) 22.11.11 [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2011/11/22/ukrainian-internet-and-social-networks/>. – Назва з екрана.

44. Російські інтернет-сервіси стрімко втрачають популярність в Україні // Хрещатик : газета Київської міської ради. – 2014, 15.07.

45. *Jarofed* [Ярослав Федорак]. Як розвивається український Інтернет та еволюціонує аудиторія (статистика GFK) [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2011/11/22/ukrainian-internet-and-social-networks/>. – Назва з екрана. (Опубліковано 22.11.2011).

46. *Ширин С. С.* Социально-гуманитарные аспекты современных информационных систем в работе аналитика-международника : учебно-метод. пособие / Ширин Сергей Сергеевич. – СПб. : СПбГУ, 2009. – С. 16.

47. Первый рейтинг групп «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // Сарафанное радио: лаборатория социального маркетинга. – Режим доступа: <http://www.sarafannoeradio.org/analitika/292-pervyi-reyting-grupp-vkontakte.html>. – Загл. с экрана.

48. Alexa – Top Sites in Ukraine [Electronic resource] // Alexa. – Mode of access: <http://www.alexa.com/topsites/countries/UA>. – Title from the screen.

49. Первый рейтинг групп «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // Сарафанное радио: лаборатория социального маркетинга. – Режим доступа: <http://www.sarafannoeradio.org/analitika/292-pervyi-reyting-grupp-vkontakte.html>. – Загл. с экрана.

50. Почепцов Г. Від інтернет-комунікацій до інтернет-покоління [Електронний ресурс] / Георгій Почепцов // Mediasapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/10266/>. – Назва з екрана. (Опубліковано 16.09.2012).

51. Даниленко С. І. Громадянський вимір інформаційно-комунікаційної революції: концептуально-теоретичні та політико-прикладні аспекти : автореф. дис. ... д-ра політ. наук / Даниленко Сергій Іванович. – Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2011. – С. 1.

52. Радченко О. Facebook поширюється, як хвороба [Електронний ресурс] / Олена Радченко // BlogReader. – Режим доступу: <http://blogreader.org.ua/2014/01/25/facebook-poshiruetsja-jak-xvorooba/>. – Назва з екрана.

53. Jarofed [Ярослав Федорак]. Портрет українського користувача Інтернету [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2014/07/28/ukrainian-internet-user-survey/#more-4300>. – Назва з екрана. (Опубліковано 28.07.2014).

54. Jarofed [Ярослав Федорак]. Портрет українського користувача Інтернету [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2014/07/28/ukrainian-internet-user-survey/#more-4300>. – Назва з екрана. (Опубліковано 28.07.2014).

55. Російські інтернет-сервіси стрімко втрачають популярність в Україні. – Хрещатик : газета Київської міської ради. 2014, 15.07.

56. Jarofed [Ярослав Федорак]. Поки всі ми думали, що блоги помирають... [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2012/03/26/blogs-dont-die/>. – Назва з екрана (Опубліковано 26.03.2012).

57. Попик В. І. Мережеве спілкування як простір розвитку гуманітарної культури / В. І. Попик // Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – С. 221–243.

58. Jarofed [Ярослав Федорак]. Українська блогосфера: Куди ми йдемо? [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2011/03/06/ukrainian-blogosphere-prospectives/>. – Назва з екрана. (Опубліковано 06.03.2011).

59. Бунина В. Г. Кросс-культурный менеджмент и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / В. Г. Бунина. – М. : ГУУ, 2008. – 128 с. – С. 10.

60. Jarofed [Ярослав Федорак]. Блоги: Професійні, тематичні, професійні тематичні і тематичні професійні... [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2011/02/28/professional-blogs/>. – Назва з екрана.

61. Ні корупції! : Блогери України проти корупції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nikorupciji.org/2014/05/07/ukrajinski-bloherysered-peremozhtsiv-konkursu-the-bobs/>. – Назва з екрана.

62. The Bobs [Electronic resource] // Deutsche Welle. – Mode of access: [http://thebobs.com/russian/category/2014/?only\\_winners=true](http://thebobs.com/russian/category/2014/?only_winners=true). – Title from the screen.

63. Опитування : Скільки ви заробляєте на блогах? [Електронний ресурс] // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/about>. – Дата доступу: 07.09.2014. – Назва з екрана.

64. Українська блогосфера. [Блог Ярослава Федорака] [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/about/>. – Назва з екрана.

65. О блоге [Электронный ресурс] // Народный блоггер. – Режим доступа: <http://blogger.com.ua/about/>. – Загл. с екрана.

66. Попик В. І. Мережеве спілкування як простір розвитку гуманітарної / В. І. Попик // Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – С. 221–243.

67. literatura-ua: Рукописи не горять [Електронний ресурс] // LiveJournal. – Режим доступу: <http://literatura-ua.livejournal.com/profile>. – Назва з екрана.

68. Література, варта уваги [Електронний ресурс] // LiveJournal. – Режим доступу: <http://literatura-ua.livejournal.com/profile>. – Назва з екрана.

69. *Jarofed* [Ярослав Федорак]. Чому автономні блоги до сих пір залишаються актуальними [Електронний ресурс] / Jarofed // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2012/01/27/standalone-blogs-are-still-actual/>. – Назва з екрана.

70. Розвиток ресурсної бази вітчизняного інформаційного середовища : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, Л. А. Дубровіна та ін.] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – С. 93.

71. *Муза Д. Е.* Информационное общество: притязания, возможности, проблемы: Философские очерки : [монографія] / Д. Е. Муза. – Днепропетровск : Адверта, 2013. – С. 30.

72. Филологи МГУ возрождают интерес к чтению при помощи блогов [Электронный ресурс] // Филологический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. – Режим доступу: <http://www.philol.msu.ru/faculty/press-center/monitoring/philology-in-blogs/>. – Загл. с экрана.

73. *Данилюк С. С.* Особливості використання Інтернет-технології «блог» у процесі формування професійної компетентності майбутніх філологів [Електронний ресурс] / С. С. Данилюк // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2012. – № 3 (29). – Режим доступу: <http://www.journal.iitta.gov.ua>. – Назва з екрана.

74. Блог студентів Інституту Української Філології НПУ ім. М. П. Драгоманова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrphilology.blogspot.com/>. – Назва з екрана.

75. Еверест філології : Блог учителя української мови та літератури СЗШ № 99 м. Львова Телішевської Лілії Степанівни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsybuljanskabigmirnet.blogspot.com/>. – Назва з екрана.

76. Філолог : Блог методичного об'єднання вчителів української мови та літератури ЕЗОШ № 2 м. Енергодара [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sveta-letty.blogspot.com/>. – Назва з екрана.

77. Бібліотечні блоги [Електронний ресурс] // Бібліоміст. – Режим доступу: <http://www.bibliomist.org/ua/resursi/bibliotechni-blogi>. – Назва з екрана.

78. Блоги дитячих бібліотек [Електронний ресурс] // Сайт Національної бібліотеки України для дітей. – Режим доступу: <http://www.chl.kiev.ua/default.aspx?id=5821>. – Назва з екрана.

79. *Почепцов Г.* Новые сетевые феномены как результат борьбы в интернете и за интернет [Электронный ресурс] / Георгий Почепцов //

Mediasapiens. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/34159>. – Загл. с екрана. (Опубліковано 31.08.2014).

80. *Добровольська А.* Глобалізація інформаційного простору: адаптація України до загальносвітових тенденцій [Електронний ресурс] / Ангеліна Добровольська // Інтернет-холдинг Олега Соскіна. – Режим доступу: <http://soskin.info/print/ea/old/2005/9-10/20050918.html>. – Назва з екрана.

81. *Славінська І.* Під масками і без: хто-хто в Інтернеті живе? [Електронний ресурс] / Славінська Ірина // Українська правда: життя. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/person/2008/09/1/7619/>. – Назва з екрана.

82. *Попик В. І.* Пошуки власного коріння в глобальних інформаційних мережах: новий соціально-культурний і соціально-психологічний феномен / В. І. Попик // Тенденції впливу глобального інформаційного середовища на соціокультурну сферу України / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – С. 153–176.

# ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ В СИСТЕМІ СУСПІЛЬНОЇ САМООРГАНІЗАЦІЇ

### 3.1. Особливості представлення управлінських структур у соціальних мережах

Нині соціальні мережі стали центром сучасного Інтернету. Виникнувши як просто розвага, провідні соціальні мережі на сьогодні стали потужними засобами масової інформації – саме з них уже черпають інформацію традиційні ЗМІ для трансляції новин, у них відбуваються рухи, які самі по собі часто стають інформаційним приводом для телевізійних сюжетів та газетних публікацій тощо. І, за прогнозами фахівців, вони будуть здійснювати досить істотний вплив на формування поглядів, як мінімум, нинішнього покоління.

У цьому контексті слід відзначити, що в соціальних мережах вже зареєстровано понад 30 млн українців, і лише 8 % жителів України ніколи не заходили в соціальні мережі [1].

Найбільш популярною в Україні до трагічних подій останнього часу залишалася російська соціальна мережа «ВКонтакте». Вона стабільно займала другу позицію за відвідуваністю сайтів, які здійснюються з території України. Так, мінімум 11 млн українців у лютому 2014 р. хоча б раз відвідували цю соціальну мережу. Для Facebook ця цифра лише 6 млн при тому, що кількість зареєстрованих є меншою від 4 млн осіб. Для мікроблогу Twitter – кількість відвідувачів у січні 2014 р. була близько 4 млн [2].

Держава поступово бере на озброєння нові інформаційні технології, і на сьогодні у більшості міністерств та інших відомств є профілі в провідних соціальних мережах.

Найпопулярнішою у органів виконавчої влади, за інформацією Національного центру електронного уряду, є Facebook, за нею йде Twitter, деякі держоргани використовують навіть «ВКонтакте» [3].

Утім, процес залучення ресурсу соцмереж для просування власної політики держструктурами в Україні проходить не завжди гладко. Так, сторінки в соцмережах для спілкування з українцями протягом останніх років завела тільки половина керівників міністерств, незважаючи на рекомендації глави уряду.

З 22 членів минулого Кабінету Міністрів тільки дев'ять були зареєстровані на Facebook і чотири в соцмережі Twitter. Проте активно користувалися ресурсами тільки сім глав міністерств.

Як засвідчило дослідження IT Expert, рідше всіх свіжі новини виставляли чиновники від Мінкультури та Міненергетики. Тоді як більшість міністерств і Кабмін оновлювали свої сторінки в будні в середньому раз на годину [4]. Були й такі міністри, які завели аккаунт «для галочки». Наприклад, у хроніці міністра культури Л. Новохатька та першого віце-прем'єра С. Арбузова практично не було записів. А з акаунта міністра екології О. Проскуракова вдалося дізнатися тільки те, що йому імпонує В. Янукович-молодший [5].

Після формування нового Кабінету Міністрів ситуація з використанням нових інформаційних технологій дещо покращилась. Останнім часом чи не найбільшу активність щодо залучення аудиторії соцмереж виявляє Міністерство закордонних справ. За словами його очільника П. Клімкіна, МЗС нарощує зусилля у сфері комунікацій, щоб, серед іншого, донести об'єктивну інформацію про Україну до якомога більшої кількості людей не лише на Заході, а і на Сході держави, поза її межами.

«Ми зараз дуже активно працюємо в соціальних мережах – у таких як Facebook, Twitter і так далі. Я сам веду Twitter. Ми створили і сторінку МЗС ВКонтакте. У нас є багато людей на Сході країни, які не присутні у Facebook. І є багато людей у Росії, які теж не читають Facebook, але вони тепер зможуть прочитати нас ВКонтакте. Нехай краще вони читають нас, ніж будуть дивитись постійно канали російського телебачення або читати когось іншого», – наголосив П. Клімкін [6].

Представники міністерства наголошують: відкриваючи офіційну сторінку у «ВКонтакте», вони сподіваються, що вона стане джерелом неупере-



дженої, цікавої та корисної інформації про діяльність МЗС і про зовнішню політику України.

«Щодоби соціальну мережу “ВКонтакте” відкривають близько 11 млн унікальних відвідувачів з України. І є позитивна тенденція, коли політики і державні органи намагаються налагодити зв’язок із суспільством, використовуючи саме ті інтернет-ресурси, які дійсно встигли стати для користувачів і засобом отримання інформації, і місцем для обговорення та генерації нових ідей», – прокоментував даний факт В. Леготкін, прес-секретар «ВКонтакте» в Україні [7].

Щодо активізації роботи владних структур з розширення свого представництва в соціальних мережах, то не останню роль тут відіграє ставлення до цього питання Президента України П. Порошенка, який на початку липня 2014 р. у відеозверненні на своїй сторінці у Facebook зазначив, що протягом останніх років спілкування через соцмережі переросло у взаємодію зі всією країною. «Але з початком моєї роботи на посту Президента України подій і приводів для повідомлень стає все більше, а мій графік не завжди передбачає наявність Інтернету і часу, щоб оперативно вас інформувати», – зауважив П. Порошенко. Саме тому він вирішив ініціювати процес об’єднання і переведення приватних акаунтів у сторінки, які підтримуватиме його команда, а всі особисті пости починатимуться з двох літер «ПП» – Петро Порошенко [8].

У середині того ж місяця П. Порошенко завів сторінку в соцмережі «ВКонтакте». Прес-служба «ВКонтакте» підтвердила справжність його сторінки.

Офіційне представництво Президента України доступно за адресою: [vk.com/poroshenko.petro](http://vk.com/poroshenko.petro). Достовірність публічної сторінки підтверджують галочка біля назви, а також напис «Офіційна сторінка».

Як повідомляється на самій сторінці П. Порошенка, тут «всі небайдужі матимуть можливість обмінюватися думками та ідеями, робити все можливе для того, щоб Україна жила по-новому». Планується публікація новин, фотоальбомів і відеозвернень, також очікується інформація від першої особи «з-за лаштунків». Крім того, користувачам доступні спеціальні додатки – з графіком Президента, формою зворотного зв’язку, передвиборною програмою П. Порошенка. Додатково існує можливість стати волонтером, заповнивши спеціальну анкету [9].

Також українці зможуть спостерігати за Президентом у ще одній популярній соціальній мережі Instagram. 30 липня 2014 р. у Twitter П. Порошенко закликав співвітчизників підписуватися на його Instagram-акаунт poroshenkopetro, хоча зареєстрований він був ще у квітні, коли стартувала передвиборна кампанія на пост глави держави.

На відміну від російських чиновників, акаунт Президента України носить стриманий, як і личить представнику влади, характер. Фотографії в Instagram Президента переважно дублюють ті, що були опубліковані в інших соціальних мережах.

На сьогодні у П. Порошенка в Instagram майже 2,5 тис. передплатників. Сам Президент підписаний тільки на один акаунт. Користувачі активно лайкають і коментують фотографії Президента. Найбільше українцям подобаються сімейні фото подружжя Порошенко, а також останні знімки із звільнених від терористів міст.

Слід зазначити, що П. Порошенко на сьогодні, схоже, єдиний серед українських урядовців, хто зареєструвався в Instagram [10].

Не випадково, що практично одночасно почав роботу офіційний Twitter Адміністрації Президента України [11].

На сьогодні перелік усіх представництв державних органів, доступних у соціальних мережах, виглядає таким чином:

- Урядовий портал. Офіційний портал органів виконавчої влади України – Facebook, Twitter
- Адміністрація Президента України – Facebook, Twitter
- Верховна Рада України – Facebook, Twitter, YouTube
- Міністерство оборони України – Facebook, Twitter, YouTube, «ВКонтакте»
- Міністерство економічного розвитку і торгівлі України – Facebook
- Міністерство закордонних справ України – Facebook, Twitter, «ВКонтакте», YouTube
- Міністерство інфраструктури України – Facebook
- Міністерство соціальної політики України – Facebook
- Міністерство фінансів України – Facebook
- Міністерство енергетики та вугільної промисловості України – Facebook
- Міністерство аграрної політики та продовольства України –

Facebook, Twitter, YouTube

- Мінрегіон України – Facebook, Twitter
- Міністерство юстиції – Twitter, YouTube
- Міністерство доходів і зборів України – Facebook, Twitter, «ВКонтакте»
- Міністерство освіти і науки України – Facebook, Twitter, YouTube
- Міністерство охорони здоров'я України – Facebook, «ВКонтакте», YouTube
- Міністерство молоді та спорту України – Facebook
- Міністерство внутрішніх справ України – Facebook, YouTube
- Міністерство культури України – Facebook
- Міністерство екології та природних ресурсів України – Facebook, Twitter, YouTube, Google+, «ВКонтакте»
- Департамент ДАІ МВС України – Facebook, Twitter
- Державна служба України з надзвичайних ситуацій – Facebook, Twitter, YouTube
- Державна податкова служба України – Facebook, Twitter, «ВКонтакте»
- Державна прикордонна служба України – Facebook, Twitter, YouTube
- Державна санітарно-епідеміологічна служба України – Facebook, Twitter
- Державна пробірна служба України – Facebook
- Державна служба з питань інвалідів та ветеранів України – Facebook
- Державна служба фінансового моніторингу України – Facebook
- Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України – Facebook
- Державне агентство лісових ресурсів України – Facebook
- Державне агентство України з питань кіно – Facebook, Twitter17
- Державне агентство України з туризму та курортів – Facebook
- Державне космічне агентство України – Facebook
- Державна екологічна інспекція України – Facebook
- Державна інспекція сільського господарства України – Facebook
- Державна інспекція України з безпеки на морському та річковому транспорті – Facebook, Twitter, YouTube
- Державна інспекція України з контролю за цінами – Facebook

- Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів – Facebook, Twitter
- Державна інспекція України з питань праці – Facebook
- Державна інспекція ядерного регулювання України – Facebook
- Антимонопольний комітет України – Facebook, Twitter
- Фонд державного майна України – Facebook
- Національна гвардія – Facebook, Twitter, «ВКонтакте».
- Повітряні сили – Facebook
- Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України – Facebook, Twitter, YouTube
- Держпідприємництво – Facebook
- Антикорупційний портал – Facebook, «ВКонтакте», YouTube [12].

Активно працюють у соцмережах і державні адміністрації різних рівнів.

Також активізувалася робота в цьому напрямі РНБО, яка прийняла рішення про запуск амбітного проекту – створення власної соціальної мережі та електронної пошти. 31 березня 2014 р. вона ініціювала запуск Національної соціальної мережі. У відповідному рішенні РНБО мова йде про велику залежність українського інформаційного простору від російських інтернет-компаній. «Чотири з 5 найпопулярніших сайтів, які відвідали українці в 2013 р., належать російським компаніям: “ВКонтакте”, Mail.ru, “Яндекс”, “Однокласники”, які забезпечують просування інтересів Російської Федерації в мережі Інтернет», – ідеться в повідомленні, розміщеному на сайті РНБО.

До створення НСМ буде залучено низку відомств – МВС, МОН, Нацагентство з питань держслужби, Держспецзв’язку, Держінвест. Також у структурі проекту передбачається участь уже недержавного Укртелекому.

Передбачається, що бета-тестування Національної соціальної мережі завершиться в IV кварталі 2014 р. На першому етапі до системи буде підключено студентів, міліцію та держслужбовців – це майже 2,5 млн користувачів.

Ще один цікавий момент – НСМ буде інтегрована з «Національною електронною поштою». У документі вказано, що вже ведуться переговори з Google та Майкрософт щодо співпраці. Держава очікує безкоштовно реалізувати амбітний проект створення власної електронної пошти в обмін на зобов’язання про прив’язку своїх продуктів до однієї з операційних систем – або Windows [13].

Крім того, слід відзначити, що з 26 червня цього року у Facebook діє прес-центр АТО, де публікуються новини, фото і відео з районів бойових дій у східних областях України. У сторінки вже понад 3400 передплатників. Веде її прес-секретар Генштабу Збройних сил А. Дмитрашківський. Він же часто виступає як спікер АТО в новинах. За словами А. Дмитрашківського, у групі публікуються матеріали з перших рук, їх допомагають готувати журналісти та оператори [14].

Не відстає і Державна судова адміністрація України, яка створила сторінку “Судова влада України” на Facebook.

У зв’язку з цим голова Державної судової адміністрації України Р. Кирилук підкреслив, що «глобальна інформатизація і, як наслідок, значне розширення комунікаційних можливостей у діяльності різних суспільних інститутів, зробили нагальною необхідністю створення на Facebook сторінки «Судова влада України». Сьогодні громадські інтереси та уподобання перейшли в площину соціальних мереж, і активність їх користувачів спонукали нас створити свій акаунт.

Уже кілька років існує професійна соціальна мережа “Феміда”, створена для суддів, працівників апаратів судів, власне, для фахівців судової влади. Разом з тим, на нашу думку, пора вийти на більш широке коло користувачів новинами та коментарями стосовно подій судової влади України» [15].

Увійшло в мережу і нове керівництво УМВС в Івано-Франківській області та робить наголос на відкритій, прозорій політиці та особистому спілкуванні з мешканцями області.

Начальник відомства М. Семенишин розповів, що в найбільших соціальних мережах УМВС в області завело власну офіційну сторінку «Міліція Прикарпаття». Відтак, правоохоронці сподіваються на відкритий діалог із прикарпатцями. «Свій робочий день ми починаємо з аналізу соціальних мереж», – говорить М. Семенишин [16].

Слід зазначити, що окремі акаунти існують уже кілька років, але справжній інтерес громадян до них виявився тільки нещодавно.

Тільки за три місяці (листопад 2013 – січень 2014) інтерес до сторінок політиків зріс: у середньому вони отримали на 30% більше передплатників [17].

Виявилось, що формат сухих звернень від прес-служб подобається народу куди менше, ніж ілюзія людяності й близькості, яку так просто

створити постами і фото у Facebook, «ВКонтакте» або Twitter (нехай навіть над текстом працював не сам політик, а цілий штат копірайтерів).

На сьогодні найбільш інтерактивною, мабуть, можна назвати Facebook-сторінку міністра МВС А. Авакова, де він не тільки постить часті звіти про діяльність свого відомства, а й відповідає на коментарі.

Деякі оглядачі звертають увагу на те, що тексти міністра вельми далекі від формальної мови релізів, дуже емоційні і «здаються завдяки цьому дуже щирими і безпосередніми, як ніби політик дійсно переживає за свою справу» [18]. Користувачі такий підхід цінують: у А. Авакова вже майже 200 тис. передплатників на сторінці.

Узагалі, формат Facebook-звітів перед народом нині популярний: наприклад, заступник міністра освіти І. Совсун постить у мережі звіти за тиждень, де перераховує, чим займалося відомство.

А міністр юстиції П. Петренко недавно виклав цілий фотозвіт про те, як без попередження їздив по центрах надання адмінпослуг та про те, які черги там побачив.

Мер Львова А. Садовий ще за час Майдану встиг прославитися своїми зваженими й продуманими відеозверненнями щодо ситуації. Нині мер не тільки веде популярну (52 тис. передплатників) сторінку на Facebook, а й записує регулярні відео для YouTube (наприклад, звернення перед виборами Президента) [19].

Дослідники зазначають, що той факт, що соціальні мережі у своїй діяльності активніше використовують мери великих міст, не викликає подиву, оскільки саме в мегаполісах проживають основні користувачі Інтернету. Традиційні медіа стають менш популярними і для того, щоб донести необхідну інформацію громадянам, високопосадовці починають використовувати нові канали комунікації.

Найбільш популярною соціальною мережею серед міських голів виявився Facebook. Також дослідження висвітлило той факт, що більшість мерів свої персональні акаунти ведуть не самостійно. У цьому їм допомагають прес-служби, або відповідні управління в складі адміністрації.

При цьому, аналізуючи якість представлення управлінських структур у мережах, аналітики виявляють і нині серйозні недоліки, які обмежують можливості взаємодії з користувачами. Серед основних проблем відзначається застаріла й неактуальна інформація, обмеження доступу до читачів

і «друзів» чиновника та відсутність можливості для коментування повідомлень. Так само під час аналізу було встановлено, що регіоналізація ніяк не впливає на активність політика в соцмережах. Не використовують сучасні мережеві технології приблизно однакова кількість міських голів, як на заході, так і на Сході України [20].

На думку експертів, поки що сторінки політиків та чиновників у соціальних мережах стають об'єктами пильної уваги насамперед політичних опонентів та журналістів, які бачать для себе багато переваг у такому способі здобувати інформацію. Так, на відміну від решти того, що опубліковано в Інтернеті, пости високопосадовців у соцмережах є інформацією з перших вуст, унікальним та водночас максимально доступним матеріалом. А будь-яка категорична заява чи сміливе висловлювання посадовця в соцмережі можуть відіграти роль інформаційного приводу, роздмухування якого іноді позбавляє журналіста від необхідності самому відшукувати тему та збирати під неї коментарі публічних діячів, пробиваючись через лави прес-служб, офіційних запитів, безкінечних правок і узгоджень. Зі свого боку, полювання журналістів на унікальний та свіжий контент відіграє на руку власника сторінки в позитивному медіа-висвітленні, оскільки він може порушувати ті теми, які вигідні для нього, його політичної сили чи адміністрації.

Утім, незважаючи на переваги від такого спілкування й можливості вигідного висвітлення своєї діяльності, велика кількість політиків та місцевих управлінців все ще зволікають з реєстрацією в соцмережах.

Водночас трапляються випадки, коли високопосадовців, по суті, змушують розпочинати роботу в соцмережах шляхом тиску «знизу». Зокрема, громадські активісти поставили перед начальником УМВСУ у Львівській області Д. Загарією вимогу, щоб усі керівники райвідділів міліції Львова зареєструвалися в соцмережі. Про це, зокрема, ішлося 19 червня 2014 р. під час засідання наглядової ради в Головному управлінні міліції Львівщини.

Як зазначають активісти, це потрібно для того, щоб правоохоронці могли оперативним чином отримувати інформацію і реагувати на неї. Крім того, це дасть можливість кожному громадянину мати зворотний зв'язок з міліцією. Таким чином, вважають вони, міліція стане ближче до народу.

Як з'ясувалося під час засідання, Д. Загарія вже має акаунт у Facebook, але не веде його активно. Він пообіцяв, що керівники всіх райвідділів

Львова зареєструються і будуть хоча б раз на два дні переглядати повідомлення [21]. І свою обіцянку виконав – уже через шість днів, 25 червня, усі начальники райвідділів міліції Львова були зареєстровані в соціальній мережі Facebook [22].

На думку президента групи SA Political Communications та голови Асоціації зовнішньої реклами України А. Біденка, «відсутність чиновників у соцмережах можна пояснити, по-перше, віковою причиною, а по-друге, тим, що у більшості, мабуть, немає “продвинутих” консультантів, які могли б пояснити переваги використання соцмереж. Крім того, люди в основному користуються соцмережами, як чимось приватним, особливо не поширюючи їх на своє публічне життя. Тільки одиницям вдається поєднувати публічне та приватне, грубо кажучи, розміщувати такі фотографії, за які не буде потім соромно.

Я б не перебільшував значення соцмереж для іміджу, особливо в нашій країні. Але років через десять це буде одним із джерел знань про людей, зокрема й тих, яких ми наймаємо на держслужбу. Тому вже сьогодні необхідно вирошувати експертів, які зможуть, подібно до того, як в 19-му сторіччі людей вчили французької та гарним манерам, навчити правильно користуватися Facebook, Twitter або Instagram» [23].

Зі свого боку віце-президент Української PR-Ліги О. Дерев'яноко зазначає: «Ми живемо в суспільстві, де чисельність громадян-резидентів тих чи інших соціальних мереж стрімко зростає. Ігнорувати цю тенденцію влада не має права. Однак усвідомлення потреби у прямому діалозі з громадою не завжди означає перехід до практичних дій.

По-перше, перешкодами є іманентно притаманні чиновництву обережність і відсутність звички звітувати за свої дії, відповідаючи на критику в режимі реального часу. А по-друге, існують випадки, коли краще не мати взагалі інтернет-представництва в соцмережах, ніж перетворити цей сучасний інструмент комунікації у посміховисько – мертвий пропагандистський рупор радянського зразку або недолугу імітацію прозорості та відкритості влади. Не кажучи вже про те, що соціальні мережі громадяни розглядають як таку собі інтерактивну книгу скарг. І відкриваючи на своїй сторінці опцію зворотного зв'язку, чиновники ризикують тим, що будуть одержувати звернення, які не захочуть або об'єктивно не зможуть задовольнити (наприклад, землевідведення у регіонах з високою вартістю



ділянок – Крим, Київщина, рекреаційні зони Західної України). Тим самим збільшуючи частку людей, розчарованих діями того чи іншого органу державної влади. А отже, електоральну підтримку діючої владної команди. Інтернет-спільнота дуже чутлива до фальші і нещадна до її проявів. Тому неадекватно сконфігурована сторінка в соцмережі може завдати більше шкоди, ніж цілковите ігнорування цього сегмента віртуального простору».

Водночас експерт зауважує, що для органу влади наявність чи відсутність сторінки важлива, але не надто – бо вона є соцмережовим аналогом офіційного сайту. Водночас для політика-чиновника вдала комунікація з громадою може стати інструментом зміцнення позицій у владній вертикалі та поліпшення іміджу в очах громадян.

Проте, на думку О. Дерев'янка, краще нічого не робити, ніж робити не професійно, не враховуючи репутаційних ризиків, які несе інтеграція у світ соцмереж. «На жаль, зараз є не досить розумна тенденція, коли ідеологічні “верхи” у буквальному сенсі примушують місцеві органи влади створювати сторінки у соцмережах, не аналізуючи можливі негативні наслідки. А робота “з під палки” ні до чого доброго ніколи не доводила», – вважає він [24].

Водночас питання про те, хто веде сторінки політиків – вони самі або їхні помічники, – зазвичай залишається за кадром. «Найбільш поширений варіант – комбінований, коли сторінку в соцмережі веде і політик, і його прес-служба, – пояснює директор Інституту глобальних стратегій В. Карасьов. – Як правило, у політика мало часу на те, щоб постійно стежити за своїм профілем у Facebook, але, думаю, він не забуває про нього» [25].

У цілому ж українські політики та високопосадовці не залишилися байдужими до загальносвітового тренду – дедалі більше державних діячів обзаводиться своїм представництвом у соціальній мережі.

### **3.2. Роль соціальних медіа у формуванні національного інформаційного ресурсу управлінської діяльності**

Розвиток соціальних медіа розглядається в наш час як поєднання нових технологічних можливостей з потребою індивіда у розвитку інформаційних обмінів і соціальної самореалізації. Зростаюча під впливом інформатизації

соціальна активність членів суспільства сприяє розвитку системи соціальних комунікацій, у якій медіаскладова відіграє суттєве значення і яка дає змогу вирішувати завдання самоорганізації суспільства, удосконалювати управлінську діяльність на якісно новому рівні. Відповіддю на сучасні виклики стала поява нових теоретичних і практичних моделей управлінської діяльності, зокрема «нового державного менеджменту», теорії «суспільно-політичних мереж» та концепції нового способу управління в умовах розвитку громадянського суспільства.

Для характеристики та аналізу складних структурних відносин між різними акторами соціально-політичної комунікації у концепції мережевого спілкування вводиться поняття «суспільно-політична мережа» – сукупність інтегрованих державних та недержавних структур у різних сферах суспільного життя, учасники яких взаємодіють між собою на підставі спільного інтересу, особливої культури консенсусу, ресурсної залежності, горизонтальних формальних та неформальних відносин, з метою спільного розв'язання суспільно значущих проблем. Інформаційна система глобалізованого світу крім системи, таким чином, синтезує в собі крім глобальних інформаційних обмінів також і горизонтальну систему соціальних інформаційних мереж, систему, що постійно змінює свою конфігурацію... [26].

Спостерігається кілька основних напрямів взаємодії соціальних медіа і системи сучасної самоорганізації суспільства: їх взаємоінтеграція у віртуальному середовищі, активне використання СМ як джерела інформації для управлінської діяльності, розвиток електронного самоврядування на базі сервісів Web.2, формування сучасного соціального капіталу в інформаційній сфері як джерела підвищення ефективності інформаційних процесів.

Ведучи мову про інтеграцію суб'єктів управлінської діяльності в соціальні медіа, можна констатувати, що нині різноманітні управлінські структури міжнародного, національного, регіонального, місцевого рівнів широко представлені в популярних соціальних мережах. Наприклад, сторінка ООН (<http://www.un.org/en>) є у Facebook, Twitter, Youtube, Google+, Flickr, Instagram та ін. Представництво ООН в Україні (<http://www.un.org.ua/ua>) спілкується з користувачами і розміщує свої матеріали у Facebook, Twitter, Youtube. Офіційне представництво Президента України (<http://www.president.gov.ua/>) має сторінки у Facebook, Youtube. Прокоментувати мате-

ріали Єдиного веб-порталу органів виконавчої влади України (<http://www.kmu.gov.ua>) можна у Facebook, Twitter.

В Україні можливості Web.2 хоч і порівняно недостатніми темпами, але поступово впроваджуються в роботу міністерств і відомств (міністерств економічного розвитку та торгівлі, закордонних справ, внутрішніх справ, оборони, культури, фінансів та ін.). Наприклад, Укрзалізниця відкрила сторінку в соціальній мережі Facebook і звертається до своїх пасажирів із проханням оперативно інформувати керівництво про якість обслуговування і комфорт подорожей залізницею тощо. При порівнянні здійснюваних вітчизняними відомствами заходів з розвитком відповідних технологій у провідних країнах світу їх, очевидно, потрібно сприймати як стартові. При цьому видається цілком очевидною необхідність зміни характеру продукovanого державними інституціями контенту, збільшення кількості фото- та відеоматеріалів, створення оригінальних текстів написаних у форматі, кардинально відмінному від сучасної традиції прес-служб, підготовка відкритих документів у принципово новому стилістичному оформленні тощо.

Представники влади, політики сьогодні активно спілкуються з громадянами в соціальних мережах, у блогах, листуються у Twitter. Чиновникові соціальні медіа дають можливість отримувати об'єктивну інформацію з перших рук, яка не пройшла фільтр адміністративних бар'єрів.

Соціальні медіа дедалі активніше використовуються в роботі органів державної влади в різних країнах світу. Одна з причин такого інтересу до СМ полягає в тому, що вони зарекомендували себе ефективним інструментом політичних, політтехнологічних впливів на суспільне життя, відкриваючи водночас нові можливості впливу особи на суспільство, на владу, а також забезпечення прозорості відносин влади і громадян, створення нових моделей їх партнерства.

Наприклад, в Ісландії завдяки Web.2 у підготовці нового проекту Конституції змогли взяти участь усі бажаючі громадяни країни. Написання й редагування статей нового Основного закону було доручене 25 громадянам, вибраних за простим принципом: кожному з них повинні безумовно довіряти не менше 30 осіб з 522 вибірників. Єдиною умовою участі в конституційній асамблеї була безпартійність. Робота над новою Конституцією почалася в лютому 2011 р., і півтора року ісландці

обговорювали її положення в інтерактивному режимі на форумі сайту уряду та в соцмережах. І пропонували для обговорення власні ідеї. Завдання членів асамблеї зводилося до письмового оформлення досягнутих компромісів [27]. Соціальні медіа виступають інтерактивним засобом об'єднання користувачів у спільноти, які працюють над суспільно значущими проектами.

Тобто завдяки технології масової комунікації спостерігається розширення бази демократичної участі, розвиток практики референдумів і громадських ініціатив, висунення кандидатів, опитування громадської думки та інших інструментів прямої демократії. Більше того, феномен Інтернету, на думку С. Туронка, додає новий значущий акцент в аргументацію більш ранніх концепцій технологічного детермінізму («теледемократія») – це уявлення про зниження ролі політичних еліт і інституційних посередників. Політична функція глобальної мережі, відповідно до цієї концепції, полягає в забезпеченні постійного суспільно-політичного диспуту з можливістю електронного зворотного зв'язку в реальному часі між владою і громадянами [28].

СМ слід розглядати як чинник формування суспільних зв'язків нового виду. Соціальні мережі стають одним з інструментів горизонтального структурування суспільства. Мережева форма соціальної організації існувала і в інший час, проте парадигма розвитку нової інформаційної технології забезпечує матеріальну основу для всебічного проникнення такої форми в структуру суспільства. М. Кастельс стверджує, що подібна мережева логіка спричиняє появу соціальної детермінанти вищого рівня, ніж конкретні інтереси, які виражені у формуванні подібних мереж: влада структури виявляється сильнішою за структуру влади. Належність до тієї або іншої мережі або її відсутність поряд з динамікою одних мереж щодо інших виступають як найважливіші джерела влади та змін у суспільстві [29]. Новітні горизонтальні зв'язки – віртуальні соціальні мережі – набагато вільніші від будь-якої вертикалі влади, хоча поки що менш впливові політично й економічно.

Як показує досвід останніх років, соціальні медіа стають одним з основних, а головне, найшвидшим агрегатором новин. За даними аналітичного центру Лондонської школи економіки і політичних наук [LSE], Twitter обійшов традиційні телерадіомовні засоби комунікації щодо оперативності збору і поширення новин. Facebook набагато поступається в оперативності, зате краще підходить для обговорення подій.

При складанні звіту аналітики з LSE користувалися статистикою BBC, згідно з якою кількість заходів на сайт телерадіокомпанії через соціальні ЗМІ за два роки збільшилася на 500 %. Автори доповіді при цьому відзначають, що соціальні мережі змінюють роботу традиційних новинних агентств. Від 50 до 80 % новин користувачі тепер знаходять у соціальних мережах, тоді як раніше вони зверталися в інформаційні агентства. Кореспонденти провідних телерадіокорпорацій визнають, що сьогодні «неможливо охопити всю історію, якщо у вас немає Twitter і Facebook» [30].

Хоча ще рік тому дослідження компанії CNN, яка проаналізувала поведінку міжнародних читачів щодо вибору каналів отримання новин в Інтернеті, показувало – 43 % новин поширюються через соціальні сайти, зокрема Facebook, Twitter, MySpace і YouTube. Решта способів доставки новинного контенту – використання електронної пошти – 30 %, SMS – 15 % і миттєвих повідомлень (ICQ тощо) [31, с. 16].

Дедалі частіше пересічні громадяни, що стали свідками певних подій, виступають джерелом інформації для служб новин, надаючи останнім інформацію або ж розмішуючи в Інтернеті коментарі, фотографії чи відео. До певної міри новини тепер створюються, фільтруються та поширюються непрофесіоналами.

Крім того, Web 2.0 у поєднанні з можливостями стільникового зв'язку дає змогу користувачеві соцмережі стати творцем оперативної інформації щодо подій, учасником яких він став.

Спостерігається також дедалі тісніша взаємоінтеграція окремих елементів соцмереж та інтернет-видань, каналів ТБ, що сприяє оперативнішому поширенню новин. Є багато прикладів миттєвого поширення новин у соціальних мережах, що значно випереджають повідомлення традиційних ЗМІ, як українських, так і світових (результати важливих самітів, виборів, наслідки стихійних лих та аварій тощо).

Ці тенденції дають підстави говорити про поширення новинної інформації в соціальних медіа як один з функціональних напрямів їхнього розвитку й, відповідно, оцінювати соціальні медіа як джерело оперативної інформації, ресурс для інформаційного забезпечення управлінської діяльності.

Зокрема, серед інформації, поширюваної в соціальних мережах, значний інтерес для органів державної влади та інших управлінських структур становлять новини політики, економіки, соціальної та культурної сфер.

При цьому одним з результатів взаємодії соціальних медіа й управлінських структур є формування соціальних баз інформаційних ресурсів управлінської діяльності, зокрема, у процесі використання соціальних медіа як джерела інформації для забезпечення управлінських рішень.

Соціальні медіа, куди переміщується боротьба великих компаній і роздрібних торговців за споживачів, стають джерелом зростаючої потужності у сфері обмінів економічною інформацією. Соціальні платформи (Facebook, YouTube, Twitter) фундаментально змінюють моделі поведінки бізнесу і споживачів, з'єднуючи сотні мільйонів людей один з одним майже миттєво. Це масивне соціоекономічне зрушення, яке фундаментально вплинуло на те, як споживачі і компанії спілкуються один з одним. «Соціальні медіа є двигуном розвитку світової економіки, створення робочих місць», – упевнена Ш. Сандберг, головний операційний директор компанії Facebook [32].

Крім того, опосередковано соціальні мережі створюють нові можливості для бізнесу по всьому світу, даючи йому можливість виходити безпосередньо на споживача, проводити рекламні кампанії і створювати власні бренди. У найбільших соцмережах представлені найвідоміші компанії і бренди. За даними компанії IBM, 16 % серед понад 1700 опитаних генеральних директорів компаній із 64 країн світу стверджують, що використовують соціальні медіа як основний засіб залучення споживачів. Топ-менеджери очікують, що використання нових медіа компаніями зросте втричі протягом п'яти років. Як вважає Д. Мітчел, президент компанії Twist Image, безпосередні взаємини між компаніями й споживачем будуть основним трендом, якому варто приділити особливу увагу в найближчі п'ять років [33].

Бренди й роздрібні торговці активно змагаються один з одним у соціальних медіа, намагаючись налагодити з кінцевим споживачем безпосередній зв'язок, не вдаючись до послуг посередників. Усе це супроводжується обміном економічної інформації.

Бізнесові кола в Україні також починають розуміти важливість присутності в соціальних мережах і використання інформації СМ. Наприклад, сьогодні використовуються програмні продукти (такі як Sprout Social, CoTweet тощо), які допомагають компаніям відстежувати думку своїх клієнтів, спілкуватися з ними та потенційними клієнтами.

Активно взаємодіє із соціальними мережами і банківська сфера. Є приклади активної взаємоінтеграції сервісів ряду українських банків і СМ. Лідером рейтингу 2014 р. серед банків, представлених у соцмережах, став «Приватбанк» [34].

Отже, за допомогою СМ ефективніше представляються інтереси цілих соціальних прошарків – працедавців, найнятих робітників, споживачів та ін. Створюються умови для прозорості економічних процесів і ухвалення управлінських рішень, повнішого задоволення інформаційних потреб громадян в економічній сфері. Підвищується ефективність керування організаціями й процесами будь-якого рівня за рахунок взаємного контролю всіх учасників суспільного життя. Увесь комплекс взаємних впливів соціальних медіа і бізнесу супроводжується значними обсягами інформації, яка становить суспільний інтерес.

Важливу роль соціальні медіа відіграють у поширенні знань, стаючи засобом інтернаціонального обміну *науковою* інформацією, зокрема в управлінській сфері. Популярними джерелами такої інформації є соціальні мережі науковців – Scientific Social Community, Ukrainian Scientists Worldwide, Academia.edu, ResearchGate, ScienceStage, Scispace.net, Epernicus, Українська наукова інтернет-спільнота та ін.

Стрімкий і якісний розвиток сучасної блогосфери дає підстави оцінювати її як ще одне джерело достатньо якісної інформації з проблем управлінської сфери, реформування науки. Ведення наукових блогів саме в соціальних мережах є досить популярною практикою. Зокрема, серед найвдаліших прикладів – блогсервіс <http://blogs.nature.com/>, при журналі Nature, що має один з найвищих імпаکت-факторів у світі.

Ще один із провідних наукових інтернет-ресурсів PhysOrg.com, що охоплює широкий спектр тем (фізика, медицина, нанотехнології, електроніка, космос, біологія, хімія, комп'ютерні науки, техніка, математика). Серед користувачів – 1 млн 750 тис. учених та інших працівників наукової сфери щомісяця. На PhysOrg.com публікується близько 100 статей щодня.

Українська наукова блогосфера широко представлена в Scientific Social Community, Ukrainian Scientists Worldwide, Українському науковому клубі (<http://nauka.in.ua/blog/>), популярні також наукові блоги на «ЛІГА: Блоги», НаУ «Острозька академія» та ін.

Дослідження контенту популярних наукових сторінок у Facebook показало, що їх здебільшого можна об'єднати в такі групи:

– Представництво наукового часопису, телевізійної чи радіопрограми: Popular Science, Science Channel, Science Daily, Science Friday, Science News Magazin, Science Careers.

– Представництво урядових чи громадських дослідницьких організацій, об'єднань: California Science Center, International Association for Political Science Students, National Science Foundation (NSF).

– Сторінки-інформатори з усіх галузей наук, своєрідні розсилки відомостей про нові винаходи, анонси подій: A Moment of Science, Science & Technology, Science and Technology, Science/Technology, «Новости науки», «Моя наука» та ін.

На базі сервісів Web.2 також створюються віртуальні співтовариства, і з огляду на їх специфічні особливості можна погодитись з тими авторами [35], які вбачають у проблемно-орієнтованих спільнотах міждисциплінарні науково-дослідні творчі структури, і їх активне функціонування сприяє безперервному професійному розвитку всіх його членів.

Соціальні медіа – джерело інформації зі сфери освіти, що може бути використана як самими управлінськими структурами, так і інформаційно-аналітичними центрами в інформаційному забезпеченні органів державної влади. Значна частина провідних вищих навчальних закладів представлена в соціальних мережах. Багато інформаційних ресурсів з питань освіти мають сторінки в мережах (як, наприклад, Education.UA – інформаційний сайт про освіту в Україні – на Facebook і «ВКонтакте», а також канал у Twitter). Відомі вчені, викладачі ведуть віртуальні майстер-класи в мережі. Серед соціальних медіа, які активно використовуються в освіті, такі ресурси як Вікіпедія, яку може редагувати та доповнювати кожен; YouTube – ресурс, де кожен може викласти своє відео, соціальні мережі Facebook, «ВКонтакте» та ін. Наприклад, у соціальній мережі «ВКонтакте» на запит «освіта» в липні 2014 р. знайдено 768 спільнот.

Обіг політичної інформації в соціальних медіа та її використання в управлінській діяльності пов'язані з рядом функцій, що притаманні СМ у даній сфері інформаційних обмінів. Зокрема, політичне *інформування, формування ставлення до них*. Одна з важливих особливостей соціальних медіа: контент передається від користувача до користувача без



впливу вертикальних інформаційних впливів. Лідери громадської думки з'являються на горизонтальному рівні спілкування, і безпосередньо докочла них формуються нові інформаційні поля, до яких з боку користувачів виявляється більша довіра, ніж до ЗМІ.

Дискусійні майданчики забезпечують можливість особисто обговорювати актуальні питання політичного життя, у тому числі з відомими, авторитетними особами, відчуті власну причетність до обговорення й прийняття управлінського рішення, законодавчого документа тощо. Зокрема, блог можна розглядати як особистий політичний простір, зручну комунікативну платформу, з якої ведеться дискусія на будь-яку тему, при цьому кордони між особистим і публічним розмиті, що допомагає створювати ілюзію щирого, відкритого спілкування зі своєю аудиторією, підвищуючи рівень довіри до інформації.

Політичний блог може стати досить потужним іміджевим інструментом, направленим, перш за все, на цільову аудиторію лідерів думок. В умовах мережевого суспільства роль лідера думок стає однією з ключових у виробленні і підтримці потрібної політичної думки або інформаційного приводу і, зрештою, в активізації політичної роботи з електоратом. При цьому політична вага в мережі набирається виключно на авторитеті серед лідерів думок і рівні довіри цільовій аудиторії. Таким чином, блоги стають досить сильним засобом політичної боротьби і це сприяє поступовому перетворенню нових медіа в альтернативу офлайнової активності. Дедалі частіше блоги починають виконувати функції соціалізації і консолідації своєї аудиторії (майбутнього електорату), будучи потужним інструментом для утворення політичних віртуальних співтовариств.

Об'єднання користувачів в асоціації дає змогу особі відчуті себе членом колективу, який вирішує певні завдання, відчуті свою індивідуальність на фоні спільноти. Оскільки «самоідентифікація всякої соціальної структури здійснюється на базі свідомо згурпованої, згідно з її суспільними функціями і завданнями, інформації, що становить власну інформаційну базу цієї структури» [36, с. 83], то можемо говорити про тематичну структуру інформації соціальних медіа у процесі створення в них груп, спільнот тощо.

Останнім часом активно проявляється мобілізаційна функція СМ, коли цей сервіс використовується з метою мобілізації на практичні політичні

заходи однодумців, прихильників та для координації їхніх дій. Євромайдан-2014 – один з таких прикладів. Соціальні медіа активно використовуються у виборчих кампаніях. Через соціальні медіа координується діяльність політичних рухів і партій, проведення протестних акцій, інформаційних атак на сайти опонентів та органів державної влади тощо.

Останнім часом, у зв'язку з прецедентами значного впливу СМ на політичні й соціальні процеси, стає дедалі очевиднішою необхідність дослідження специфіки комунікації в соціальних медіа і особливостей її впливу на поточні політичні події. Особливо актуальним видається подібне дослідження в контексті передвиборної агітації – адже соціальні медіа це, по суті справи, законодавчо не закріплений майданчик для агітаційних дій, висловлення і обміну думками, поширення інформації про кандидатів. У СМ активно розгортається обговорення всіх основних політичних подій країни й регіону, відбувається інформаційний обмін, що значуще впливає на громадську думку, і, перш за все, на думку молодшої частини населення країни – тих, у чиїх руках опиниться доля країни через певний час. Уміння працювати з цією інформацією, відстежувати її потоки й зміни може виявитись визначальним у найближчих виборчих кампаніях.

Знання основних тенденцій у змінах інтересів та політичних уподобань виборців, можливість швидкого здобуття інформації про зміни в настроях різних груп регіонального електорату, визначення рівня і особливостей конкуренції у віртуальному середовищі, знання історії, тривалості та якості діяльності всіх кандидатів, їхніх прихильників і опонентів, можливість оцінки впливу конкурентів у соціальних медіа – усе це є потужним інструментом планування й здійснення підтримки виборчого процесу і може істотно підвищити як рівень виборчої активності, так і якість діалогу між електоратом і владою. Також практичний аспект використання результатів дослідження може полягати в підвищенні впізнаності кандидатів, збільшенні лояльності інтернет-аудиторії до конкретних кандидатів шляхом конструювання політичної позиції близької інтернет-аудиторії. Таким чином, у довгостроковій перспективі, використання результатів дослідження може сприяти формуванню атмосфери довіри цільової аудиторії і інтернет-співтовариства як до окремих кандидатів, так і до виборчого процесу в цілому [37].

За рубежем зразки успішного використання соціальних медіа у виборчій агітації спостерігаємо, наприклад, у минулій президентській кампанії

в США. І Б. Обама, і Х. Клінтон вели блоги, розміщували відеоматеріали, а виборці, що підтримували їх, виставляли у тому ж YouTube свої ролики на підтримку певного кандидата. Республіканець Р. Пів завдяки одному з таких роликів і лише за один день зібрав через Інтернет 10 млн дол.

Розвиток соціальних медіа змінює пропорційний розподіл деяких інформаційних впливів, інтересів та пріоритетів у суспільстві. За словами генерального секретаря Міжнародної конфедерації журналістських союзів А. Джазояна, блоги і соціальні мережі сьогодні мають більший вплив на формування громадської думки і в багатьох випадках користуються більшою довірою в суспільства, ніж традиційні ЗМІ [38]. Попри недостатню обґрунтованість такого твердження, не можна не погодитись, що рівень цього впливу постійно зростає. Серед іншого це пояснюється й природою СМ.

Одним із законів функціонування соціальних мереж є так зване «домінування слабких зв'язків». Сенс цієї тенденції полягає в тому, що інформація поширюється швидше через малознайомих, або зовсім незнайомих людей. Тому в разі поширення певної ідеї, наповненої емоційною складовою, соціальні мережі, завдяки силі слабких зв'язків, за короткий проміжок часу формують великі маси її прихильників. У об'єкта ж впливу спостерігається зниження здатності блокувати інформацію, оскільки вона надходить через емоційне сприйняття та впливає на несвідоме мислення.

З розвитком технологій соцмереж помітним стає використання СМ як каналу інформаційно-психологічних впливів. Це, зокрема, довели і останні події в Україні. Ряд масштабних акцій в українському інфопросторі засвідчили готовність віртуальної спільноти, її волю й можливості до реальних суспільно-політичних дій. Ця спільнота, як зазначає В. Горвий, набуває «самоусвідомлення, відчуття реальної сили, реальних можливостей впливу на владу... Це співтовариство вже сьогодні може мобілізуватися без особливої трудовозатратної, тривалої підготовки, використовувати будь-який сприятливий привід для організованого виступу» [39, с. 76].

Комплекс цих проблем ставить перед органами державної влади в Україні завдання забезпечити моніторинг проблем у сфері інформаційної безпеки, пов'язаних з розвитком соціальних мережеских структур, та розробку шляхів їх вирішення; розробити стратегію поведінки державних органів у нових умовах; широко використовувати у своїй діяльності нові можливості, що їх надають соціальні мережі.

Побудова системи об'єктивної оцінки інформації соціальних мереж та протидії її «негативним» аспектам, на думку Ю. Якименка, потребує здійснення цілеспрямованого ефективного моніторингу інформації; її ідентифікації та класифікації на основі альтернативних джерел; оцінювання інформації, яка негативно впливає на певні об'єкти за багатьма критеріями; побудови системи вивчення ступеня впливу певних класів інформаційних ресурсів на різні соціальні структури; використання цілого комплексу впливів з метою ослаблення чи нейтралізації негативних проявів [40].

Отже, соціальні медіа – важливе джерело наукової, економічної, політичної інформації для управлінської сфери. Досвід використання органами державної влади інформаційно-аналітичних матеріалів на базі інформації соціальних медіа (зокрема, підготовлених Службою інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (СІАЗ, НБУВ) показав практичну значущість інформаційного супроводу мережевих процесів для усвідомлення їх ролі як одного з індикаторів суспільних настроїв та вироблення відповідних моделей реагування.

У НБУВ випускається ряд інформаційно-аналітичних видань, при підготовці яких використовується інформація соціальних медіа. Зокрема, бюлетень «Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки» висвітлює питання розвитку та перспективи соціальних мереж, функціонування їх як вияву формування громадянського суспільства, проблеми інформаційної безпеки в соціальних мережах, вплив соціальних мереж на економічну, управлінську діяльність, морально-психологічний стан суспільства.

Аналітичні розвідки, коментарі, оцінки та реакція на важливі суспільні події в українській блогосфері – ці матеріали відображаються в бюлетені «Інформаційний тиждень».

Популярністю у відвідувачів веб-порталу НБУВ користується й електронна версія бюлетеня оперативних матеріалів на базі аналізу правової електронної інформації «Громадська думка про правотворення», який випускає Національна юридична бібліотека НБУВ. Це демонструє кількість завантажень цього бюлетеня читачами на сайті НБУВ ІАП. Разом з аналітичними, прогнозними матеріалами бюлетеня значний інтерес становить рубрика «Щоденник блогера», куди відбираються ґрунтовні, серйозні коментарі з відповідної тематики.

Практика роботи НБУВ з використання оперативної інформації соціальних медіа та інформації про СМ показала як важливість і значущість вивчення тенденцій розвитку соціальних медіа, моніторингу швидкоплинних суспільних процесів, що знаходять відбиток у мережах, так і наявність соціального попиту на таку інформацію, потреби різних державних і наукових інституцій у моделюванні розвитку суспільних настроїв на базі дослідження інформації соціальних мереж.

Слід зауважити, що робота інформаційних аналітиків з мережевими ресурсами соціальних медіа має свої особливості. Поширення новинної інформації є складовою природного механізму функціонування СМ, і використання цього джерела в роботі інформаційно-аналітичних структур пов'язане з рядом факторів, які можна використати як переваги, наприклад, оперативність поширення інформації в СМ, особистісне трактування подій, форми колективного креативу, відбиток соціального настрою тощо. Водночас саме особистісний елемент у системі комунікацій ставить перед аналітиком додаткові завдання при підготовці інформаційно-аналітичних матеріалів щодо перевірки достовірності, неупередженості інформації. З іншого боку, і упередженість інформації може бути показником певних процесів, настроїв у суспільстві. Таким чином, використання даного виду інформаційних ресурсів потребує специфічних підходів.

При цьому в роботі з інформацією соціальних мереж мають також враховуватись тенденції їх подальшого розвитку та універсалізація ідентифікації користувачів. За прогнозами експертів у недалекому майбутньому кожен з них зможе мати один акаунт, за допомогою якого зможе ввійти в різні соціальні мережі. Це можна розглядати як крок до створення в Інтернеті світової соціальної мережі з глибокою структурізацією, але об'єднаної спільними взаємоінтегрованими сервісами. Уже сьогодні спостерігається актуалізація запитів користувачів, пов'язана із заінтересованістю в поєднанні в СМ значної кількості сервісів. При цьому новим каталізатором до розвитку СМ став мобільний Інтернет. Можна припустити, що в перспективі нинішні соціальні медіа будуть змінюватись або й зникати, але процеси мережевої комунікації, горизонтальної структурізації, інтерактивне об'єднання індивідів через СМ у приватні та професійні групи за інтересами набуватиме нових видів і форм.

У наш час соціальні медіа стають важливим елементом розвитку **електронного врядування** як складової формування громадянського суспільства.

Мова йде про Gov 2.0 – новий підхід до організації спілкування чиновників, політиків із суспільством, який може забезпечити підвищення ефективності процесів з надання державних послуг фізичним і юридичним особам, можливість отримання ними державних онлайн-послуг без спілкування з чиновниками, що економить час та кошти громадян і держбюджету, зниження рівня корупції за рахунок підвищення рівня прозорості, можливість створення співтовариств громадян за інтересами в різних сегментах взаємодії з державним апаратом та ін.

GOV 2.0 – це:

- Прозорий, підзвітний і відкритий уряд, якому довіряє суспільство.
- Співпраця уряду з громадянами і їх активна участь у його діяльності за допомогою сучасних інформаційних і комунікаційних технологій.
- Побудова ефективних комунікативних майданчиків між суспільством і владою.
- Інтеграція держструктур у соціальні мережі й блогосферу.
- Утворення співтовариств, де держструктури контактують із громадянами.
- Створення блогів, де представлені та обговорюються державні послуги.
- Залучення суспільства до роботи з поліпшення законодавства.
- Доступ громадян у режимі онлайн до інформації державного сектору, чинних законів та тих, що розробляються.
- Пряма звітність чиновників перед громадянами.
- Створення нових моделей партнерства представників влади і суспільства на базі Web.2.0.
- Оперативне обговорення і вирішення в режимі онлайн проблем, що виникають у країні й регіонах.

Електронне врядування не має чітких територіальних ознак, воно може мати топологію самоорганізації у віртуальному просторі і топологію фрагментів реального простору. До електронного врядування також можуть бути віднесені різні форми суспільного контролю та прийняття рішень (присутність органів влади різних рівнів в Інтернет та всілякі форми прийняття рішень в органах влади різних рівнів через Інтернет).

Головними засобами узгодження інтересів стає комунікація та різноманітні форми підтримки контактів сторін, що передбачають установавання як двосторонніх, так і багатосторонніх зв'язків. Мережева комунікація веде до набуття громадськістю активної ролі у прийнятті рішень, а здатність до підтримання комунікації з боку влади стає одним з важливих показників ефективності державного управління.

За умови створення «політичних мереж», наголошує О. Дегтяр [41], низка функцій держави та уряду передається структурам громадянського суспільства для спільного розв'язання нагальних проблем, реалізації цілей держави і суспільства. Таким чином, змінюється і роль державної влади в системі державного управління: вона поступово знижується за рахунок розширення участі громадян у справах держави, яка перестає бути єдиним центром влади та прийняття суспільно значущих рішень. Органи державної влади в таких умовах стають ефективним суб'єктом у процесі взаємодії рівних учасників під час вирішення суспільних справ. Визначальною особливістю спілкування в соціальних мережах представників влади й пересічних громадян є перехід з рівня ієрархічної вертикалі на рівень горизонтальний, мережевий. Це змінює засади, стиль спілкування, створює додатковий, до певної міри альтернативний комунікаційний канал між державним апаратом і громадянами.

Інститути громадянського суспільства в таких умовах не просто впливають на політику або беруть участь у впровадженні спільно вироблених рішень. Вони включаються у процес державного управління як самостійні суб'єкти, не перекладаючи відповідальність на державні структури, а розділяючи разом з ними відповідальність за розв'язання суспільних проблем.

Gov 2.0 спрямований на трансформацію самої системи соціальних взаємодій та внутрішньої логіки державного управління у всіх її проявах. Gov 2.0 дає змогу державі взаємодіяти із суспільством на тих рівнях, які до того часу були або не доступними, або вкрай ускладненими: оперативно врахувати думки зростаючої кількості суб'єктів політичних відносин (мікросоціальні групи, організації та окремі громадяни з високим рівнем суспільної довіри), залучення підприємств та установ всіх рівнів та форм власності у єдині ефективні системи прийняття рішень, вирішувати політичні та культурні проблеми на оперативному рівні із високим рівнем залучення громадськості, враховувати думку навіть мікрогруп, оптимізувати систему внутрішніх

зв'язків з метою подолання внутрішнього корпоративізму та забюрократизованості процедур (на рівні окремих державних інституцій) тощо.

За таких умов напрацьовуються інформаційні ресурси, пов'язані з новими можливостями державного управління:

- відстежування громадської думки щодо проголошених реформ чи важливих для суспільства нормативних документів (наприклад: Податковий, Трудовий кодекси);
- поліпшення зв'язків між різними державними установами та окремими державними службовцями, що прискорює вироблення управлінських рішень та полегшує їх проходження на всіх етапах прийняття, а також їх міжвідомчого узгодження;
- упровадження сервісів, орієнтованих на наповнення не лише державними службовцями, а й громадянами із суспільно важливих питань (правоохоронна діяльність, протидія наслідкам стихійних лих, забезпечення підтримки громадян за кордоном тощо);
- створення системи представлення державної статистичної інформації для широкої громадськості на основі простіших та максимально візуалізованих статистичних сервісів;
- вироблення нормативно-правової бази та підходів до надання послуг державою з можливістю оперативної їх трансформації залежно від реальних потреб громадян.

Про ситуацію з розвитком електронного врядування в Україні свідчать результати міжнародної оцінки: Україна посіла 87 місце у світі серед 193 країн – членів Організації Об'єднаних Націй. «Результати свідчать про те, що найбільше Україна втратила позицій в індексі онлайн-сервісів, тобто країна фактично не розвиває електронні сервіси, не працюють державні системи, за допомогою яких повинні надаватися онлайн-сервіси», – наголошується у звіті «United Nations E-Government Survey 2014», який складається раз на два роки [42].

2014 р. Україна зайняла 81 місце у світі за рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), втративши вісім позицій порівняно з тогорічним показником (у 2013 р. у рейтингу Україна посідала 73 місце). Незважаючи на втрату позицій у рейтингу, у 2014 р. Україна віднесена до групи країн з високим індексом розвитку електронного управління серед чотирьох груп індексів: найвищий, високий, середній, низький [43].



На сьогодні в Україні реалізовано надання таких адміністративних послуг з використанням Інтернету:

– обробка податкової звітності в електронному вигляді (Державна податкова адміністрація України);

– «Електронна громадська приймальня», електронне звернення до органу державної влади (Національне агентство України з питань державної служби);

– державні закупівлі (Мінекоресурсів, МНС, Мінекономіки тощо);

– електронні зразки документів (МНС, Мінекономіки, Державна служба фінансового моніторингу України, Державний комітет телебачення і радіомовлення України тощо);

– реєстрація нових транспортних засобів (Державтоінспекція);

– замовлення закордонного паспорту (МВС);

– оплата комунальних рахунків та деякі інші.

Утім, як повідомили українські урядовці під час круглого столу «Європейська модель електронного урядування для України», «протягом місяця в Україні запрацює Агентство електронного урядування», яке має розробити і впровадити стратегію електронного урядування [44]. При цьому, традиційно вже для кожного новопризначеного уряду, не повідомляється про долю чинних програм у цій сфері, хоча в даний час мали б виконуватись завдання третього етапу (2014–2015 рр.) схваленої попереднім Кабінетом Міністрів «Концепції розвитку електронного урядування в Україні».

Слід зазначити, що внаслідок упровадження системи «електронного уряду» органи державної влади одержують новий оперативний канал прямого спілкування з громадянами, підконтрольний тільки державі. На думку фахівців, таким чином, ЗМІ позбавляються можливості монополювати, розподіляти та маніпулювати інформацією, що надходить із системи державної влади й управління і часто має стратегічне значення; перекручувати або тенденційно подавати її, що може спровокувати негативні для всієї держави наслідки. Якщо ЗМІ, приватні або державні, залежні від рентабельності власних комерційних проєктів, то маніпулювання інформацією, що надходить з органів державної влади, здійснюється ними передусім у власних інтересах, тобто в інтересах тих фінансово-промислових груп, яким ці ЗМІ чи кабельні мережі цілком або частково належать [45].

У свою чергу, таке джерело оперативної інтернет-інформації, як е-уряд, відкриває для інформаційно-аналітичних структур прямий канал зв'язку з органами державної влади, без трансляторів у вигляді ЗМІ, що сприятиме підвищенню рівня достовірності й оперативності інформації, зниженню інформаційних шумів.

Розв'язання проблем упровадження електронного врядування та е-документообігу мають стати показником ефективності проведення інформатизації та її спрямованості на досягнення головної мети – формування інформаційного суспільства, у якому громадянин матиме вільний доступ до інформаційних послуг, необхідних для його життєзабезпечення. Але вже сьогодні можна ефективніше використовувати можливості сервісів Web 2.0:

– для Державної служби України з надзвичайних ситуацій це могло б бути подальше вдосконалення системи раннього сповіщення з використанням можливостей Twitter про природні чи техногенні катастрофи, та сервіс, що в автоматичному або напівавтоматичному режимі здійснював би моніторинг соціальних медіа щодо згадувань про надзвичайні події природного або техногенного характеру;

– для управлінь Державтоінспекції в м. Києві та в областях – використання соціальних медіа з метою оперативнішого інформування водіїв про зміни обстановки на дорогах України;

– для Міністерства закордонних справ: базові проекти засновані на використанні можливостей мікроблогів Twitter з метою поширення серед громадян України, що виїжджають за кордон, критично важливої інформації, а також для надання українським громадянам за кордоном можливості екстреного зв'язку в разі позаштатних ситуацій із представником Міністерства зовнішніх справ у країні перебування.

Останнім часом набула популярності цифрова дипломатія, одна з найважливіших властивостей якої – це здатність безпосередньо впливати на події та людей у зарубіжних країнах, минаючи медійні фільтри, а часто навіть перебуваючи за межами дії суверенного і міжнародного права. Це дає змогу встановлювати власні правила гри, серйозно змінювати інформаційну картину і задавати порядок денний. Ключовим каналом реалізації цифрових дипломатичних стратегій стає цифрова соціальне середовище як провідник і соціальні платформи як безпосередні інструменти впливу.

Цифрову дипломатію як помітне явище відносять до досягнень зовнішньої політики першого терміну президента США Б. Обама. Тоді стало очевидно, що соцмережі дають змогу безпосередньо спілкуватися з необмеженою кількістю людей, незалежно від їхньої країни проживання. Все це вкладається в концепцію «м'якої сили» (softpower), і навіть більше того, знаходить розвиток в ідеї «розумної сили» (smartpower), підтриманої экс-держсекретарем Х. Клінтон. Ці напрями з 2009 р. стали важливою частиною програми зовнішньої політики США «Державне управління в XXI ст.».

Про ефективність її роботи говорять цифри і факти: Х. Клінтон прийняла від попередника одну офіційну сторінку Державного департаменту в мережі, а в лютому 2013 р. передавала Д. Керрі справжнє «інтернет-господарство». Сумарна аудиторія всіх акаунтів і блогів до того моменту становила близько 20 млн осіб, які відвідували понад 300 сторінок у Facebook, а також віртуальні представництва в YouTube, Tumblr і Flickr на 11 мовах. Цю систему координують приблизно 150 співробітників Держдепартаменту і 900 фахівців за межами США [46].

Позитивно, що нинішні керівники зовнішньополітичного відомства України активно використовують можливості цифрової дипломатії для представлення у світовому інформаційному просторі позиції нашої держави (Facebook, YouTube). Зокрема, і в інформаційному протистоянні з РФ (<https://www.facebook.com/UkraineMFA>).

Стимулювання й заохочення взаємодії співробітників у професійних соціальних мережах, подібних Linked-In, – це ще один успішний досвід зарубіжних колег, який може бути корисним українським дипломатам.

Активна робота співробітників у такій мережі дає змогу:

- спілкуючись із колегами безпосередньо, запитувати необхідну інформацію і отримувати швидкі відповіді на запити;
- знаходити фахівців, що мають специфічні знання та досвід у вузькій сфері;
- ділитися накопиченими знаннями, актуальною інформацією та новинами;
- об'єднуватися з колегами-одномумцями, зміцнювати взаєморозуміння і підтримку за допомогою неформального спілкування онлайн.

Слід зазначити також, що в сучасних дослідженнях дедалі частіше комунікаційні процеси в соціальних медіа пов'язують з поняттям

соціального капіталу (запровадженням П. Бурдьє). Його думку підтримують Ш. Рафаел, Г. Равида, В. Сорока, стверджуючи, що соціальні мережі є істотним елементом віртуального соціального капіталу, адже «читання та реєстрація у форумі створюють соціальну систему, усі учасники якої, і активні, і пасивні, здобувають соціальний капітал шляхом одержання доступу до потрібної інформації, а також вивчаючи соціальні норми, прийняті у віртуальному співтоваристві, та за допомогою знайомства з активними учасниками» [47]. Як вважають дослідники, віртуальний соціальний капітал співтовариства – це сукупність особливостей соціальної системи, створеної в результаті діяльності віртуального співтовариства, що веде до розвитку загальних соціальних норм і правил, які допомагають взаємовигідному співробітництву. Р. Патнем також стверджує, що «за аналогією з фізичним і людським капіталом, втіленим у знаряддях праці та навчанні, які підвищують індивідуальну продуктивність, “соціальний капітал” утримується в таких елементах громадської організації, як соціальні мережі, соціальні норми й довіра (networks, norms and trust), що створює умови для координації й кооперації заради взаємної вигоди» [48].

Соціальний капітал, за визначенням Організації економічного співробітництва і розвитку, – це комплекс суспільних мереж, підтримуваних на основі неформальних цінностей, норм і понять, що поділяють члени соціальних груп і співтовариств, який створює між ними критичну масу довіри і соціальної підтримки, ефект співпраці та взаємодії [49].

Можна констатувати, що соціальний капітал як суспільний феномен є цілим комплексом організаційних соціальних і особових ресурсів, визначально впливає на інтенсивність і характер соціальних взаємин і є каталізатором активності мережевих об'єднань. Значення соціального капіталу в сучасному суспільстві визначається з точки зору наявності індивідуальних ресурсів, спрямованих на реалізацію інтересів індивідів і їх груп. У мережах соціальний капітал людини є показником його соціального статусу. У сучасному суспільстві, де функціонування соціального капіталу визначається відносною свободою і мобільністю індивіда, соціальний капітал проектується на особові стосунки між людьми. Його накопичення відбувається за рахунок спонтанних мережевих взаємодій і шляхом дотримання встановленої внутрішньомережевої нормативності. Наявність соціального капіталу є основним чинником зміни форми та внутрішньої

активності соціальних мереж, каталізатором комунікаційних процесів у середині мережевих об'єднань і індикатором міри індивідуальної участі людей у горизонтальних мережевих відносинах. Функціонування соціального капіталу в соціальних мережах фактично здійснюється поза межами системної структури суспільства. Але саме тому це може сприяти розвитку та стабілізації регуляторів у соціумі. Чим більшим коефіцієнтом характеризується в суспільстві соціальний капітал, тим ефективніші в ньому будуть горизонтальні відносини, і, навпаки, дефіцит соціального капіталу породжує інституційні перекося й множинні соціальні проблеми.

Соціальні медіа дають можливість інтенсивного обміну науковою інформацією, знаннями, науковими проектами, навчальними програмами, інтелектуальними, організаційними, кадровими ресурсами. На думку О. Прогнімака, із цієї точки зору соціальні мережі в Інтернеті треба розглядати не тільки як сучасні комунікативні технології створення соціального капіталу, а і як мережеві структури для використання зростаючого запасу глобального знання, його адаптації до виникаючих потреб, а також для отримання нових знань і технологій та їх ефективного обміну. У процесі формування соціального капіталу відбувається перенос індивідуальних знань у внутрішньомережеві знання і їх закріплення в базі даних мережі, що надає можливість їх широкого використання усіма учасниками мережі в режимі «відкритого коду», яке визначається юридичним поняттям *сору left* на відміну від *сору right*. У такому контексті режим відкритого коду перетворюється на режим відкритих інновацій [50]. Тобто до мереж соціального капіталу як віртуального явища треба поставитись із позиції концепції «точок зростання», що надають імпульс розвитку всій соціально-економічній системі. Слід скористатися тим, що розвиток соціальних мереж – це реальна можливість забезпечити перетворення ресурсу соціальних мереж на капітал, який можна використати в найефективнішій формі, забезпечуючи сталий розвиток суспільства на інноваційній основі.

Якщо говорити про соціальний капітал державних службовців, то слід зауважити, що його специфіка визначається через професійні особливості та професійну діяльність службовців. Ідеальною метою створення соціального капіталу, як зазначає С. Сибіряков, є узгодження інтересів: особистих, органу влади й населення, якому надаються послуги. Специфічною рисою соціального капіталу державних службовців є

спрямованість на налагодження зв'язків не тільки і не стільки всередині групи (професійній спільності), а й із зовнішнім середовищем – із групами населення, що перебувають у віданні конкретного органу влади. Окрім того, державна служба виступає посередником між державою і громадянським суспільством, а державні службовці – як суб'єкти формування соціального капіталу в суспільстві загалом, у тому числі й за рахунок наявності власного соціального капіталу [51, с. 95–97].

Світовий досвід і сучасна практика управління демонструють, що зміцнення зв'язків державної служби з громадянським суспільством сприяє підвищенню громадянської культури, насамперед у державних службовців, та створенню широкої соціальної бази подальших суспільних перетворень.

Фінський дослідник І. Мейжис доводить, що коли в суспільстві існує довіра між громадянами, діяльність міських і сільських громад організацій, релігійних, політичних і культурних об'єднань, спортивних клубів буде ефективнішою. За рахунок мережі взаємодії громадян у вигляді громадянських, професійних спільнот та асоціацій виникає можливість інтенсивнішого спілкування. Унаслідок дії згаданих чинників виробляються спільні цінності, світоглядні позиції і норми [52, с. 33–37].

На думку західних дослідників, сьогодні заохочення розвитку соціального капіталу, формування зв'язків усередині груп і місцевих спільнот та «мостів» між групами і регіонами є найвищим завданням державного управління в будь-якому суспільстві. Важливість соціального капіталу для державного управління обумовлюється тим фактом, що вертикальні зв'язки, якими б тісними вони не були, не можуть забезпечити соціальну довіру та кооперацію, оскільки вони базуються на ієрархічному контролі, розбіжності інтересів й обмеженні доступу до інформації. На противагу цьому горизонтальні зв'язки, засновані на рівності та взаємності, продукують постійний інформаційний обмін та формують довіру серед своїх членів [53, р. 533].

Формами соціального капіталу, як зазначає С. Сибиряков, є довіра, ціннісні орієнтири та інформаційні потоки. І, зокрема, оптимальна організація інформаційних потоків між владою і суспільством дає можливість підвищити якість державного управління за рахунок отримання більш достовірної інформації про конкретні результати роботи державних

службовців. Наявність зворотного зв'язку між владою та суспільством сприяє формуванню постійного соціального контролю за діяльністю державних службовців, зміні характеру праці в органах влади, оновленню існуючих принципів апаратної роботи, що формувалися в умовах авторитарного стилю державного управління [54]. Важливе місце в процесі формування та проголошення інтересів соціальних груп, впровадження владних рішень, безперечно, посідають соціальні медіа. Проте, на думку дослідника, реалізація комунікативної суб'єктності в українському суспільстві ускладнена відсутністю у сфері державного управління чіткої та обґрунтованої державної ідеології, що призводить до втрати ціннісної гуманістичної домінанти державно-громадянських відносин, їх інформаційно-комунікативного змісту. Також додамо, що нині на часі розгортання діалогу між владою і суспільством, збільшення каналів зворотного зв'язку, переговорних майданчиків для узгодження громадянських позицій суспільства і влади та спільного вироблення суспільно значущих рішень, напрацювання нормативної бази, що регулює ці процеси.

У контексті зазначених проблем широке застосування СМ сприяло б оптимальному використанню суспільного національного потенціалу для прийняття українською владою узгоджених із суспільством рішень. Процес вироблення узгоджених рішень з використанням соціальних медіа спирається на можливість формування власної думки в користувача СМ під впливом членів співтовариства. Долучившись до співтовариства або групи, більшість користувачів соціальних медіа переймають існуючу в ньому культуру. У ЗМІ цей вплив розглядається як відповідність редакційній концепції. Досягти такої відповідності допомагає ефект «тиску формату», коли людина поводить себе і створює контент за законами, притаманними (хоча і не завжди явно) цьому співтовариству (групі). Отже, для формування громадянської культури користувача віртуального співтовариства необхідні формат і культура спілкування, які б насамперед позитивно сприймалися користувачем. Зазвичай роботу з розроблення правил спілкування у певному співтоваристві або групі беруть на себе найбільш активні та/або популярні члени співтовариства чи модератори.

Соціальні медіа є перспективним інструментом підвищення рівня громадянської культури та соціалізації всіх користувачів віртуальної спільноти, у тому числі державних службовців. Соціальний капітал

державних службовців впливає на здатність суспільства ефективно функціонувати, реалізовувати цілі та завдання державного управління. До позитивних характеристик таких комунікацій можна також віднести й те, що здійснюється консолідація географічно розділених соціальних груп навколо одного соціального сервісу в режимі реального часу, що дає змогу їм ефективно взаємодіяти між собою з метою оперативного вирішення відповідних проблем чи завдань.

Зазначимо, що напрацьовані в соціальних медіа електронні інформаційні ресурси є також засобом фіксації складного явища накопичення соціального капіталу. Складного, оскільки не завжди здобутий у мережевій взаємодії рівень довіри, поваги, авторитету можна виміряти і зафіксувати в певних одиницях виміру.

Загалом одним з результатів взаємодії управлінських структур і соціальних медіа є генерування значних інформаційних потоків як наслідок інтелектуальної, творчої та інформаційної діяльності і фіксація їх в інформаційних системах, організація збереження та підготовка до передачі користувачеві, чим, значною мірою, забезпечується ефективність використання нової інформації.

Як зазначає В. Копанєва [55], проблему архівування інформаційних ресурсів глобальних комп'ютерних мереж сьогодні частково вирішують пошукові системи та каталоги інтернет-ресурсів. Вони акумулюють та упорядковують метадані щодо мережеских ресурсів і, у ряді випадків, зберігають ключові фрагменти публікацій. Прикладами такої системи є Google, «Яндекс», «Мета» тощо. Пошукова система Google має сервіс, що забезпечує цільове виявлення наукової інформації (GoogleScholar). Однак завдання архівування повних текстів публікацій сучасними пошуковими системами Інтернету не вирішується. Така функція притаманна саме бібліотекам, які впродовж століть здійснюють кумуляцію, обробку та поширення документованих знань. Сьогодні вони мають розширити кумулятивну функцію, доповнити її завданнями архівування науково-інформаційних ресурсів Інтернету.

Наявний уже досвід трансформації провідних бібліотечних установ України відповідно до сучасних суспільних запитів на інформаційне забезпечення показує, що бібліотеки стають ефективним суспільним інструментом задоволення необхідними інформаційними ресурсами всіх категорій



вітчизняних користувачів. Однак це відбувається при дотримуванні певних умов:

- упровадження електронних інформаційних технологій у сучасну бібліотечну діяльність, активне включення бібліотек у мережу сучасних соціальних інформаційних комунікацій;

- фундаментальних змін у комплектуванні, опрацюванні та зберіганні бібліотечних фондів, нових принципів формування бібліотечних електронних ресурсів, особливої уваги до інформаційно-аналітичного ресурсу як власного продукту нової якості, виробленого самими бібліотеками як інформаційними центрами загальносуспільного значення;

- впровадження дистантних методів роботи як найбільш перспективного напрямку розвитку бібліотечних установ у майбутньому, урізноманітнення, удосконалення активних форм інформаційно-аналітичного обслуговування всіх категорій користувачів;

- проведення роботи з оцифрування фондів бібліотек, оперативного введення в суспільний обіг насамперед тієї їх частини, що є гостро необхідною для розв'язання актуальних проблем суспільного розвитку, вітчизняного наукового поступу, формування національних духовно-ціннісних орієнтирів, патріотичного виховання нових поколінь українців;

- вироблення стратегічних підходів, налагодження ефективного процесу відбору в інтересах вітчизняного користувача якісної інформації із інформаційних масивів соціальних медіа, глобального інформаційного простору загалом, комплектування ними наявної системи інформаційних баз і підготовка для ефективного використання українськими користувачами;

- об'єднання українських інформаційних ресурсів у загальнонаціональну інформаційну корпоративну систему, налагодження ефективної координації діяльності бібліотечних установ, а в подальшому інформаційних, науково-інформаційних, культурно-інформаційних та інших центрів у роботі з задоволення суспільних запитів на інформацію, у реалізації без зайвого дубляжу процесу обліку, опису метаданих та оцифрування фондів, збагачення їх новими інформаційними ресурсами, освоєння ефективних форм інформаційно-аналітичної діяльності, організація дієвого використання національних інформаційних ресурсів в умовах впливів глобального інформаційного простору;

– налагодження багатопрофільної підготовки та вдосконалення професійного рівня бібліотечних працівників, організації підготовки фахівців, необхідних для забезпечення вимог, пов'язаних з перебігом сучасних інформаційних процесів.

Як показує сучасна бібліотечна практика, і в тому числі досвід Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, нові технології дають змогу вирішити важливі завдання відповідно до запитів сучасного суспільства: сформуванню принципів нових інформаційних ресурсів бібліотек, істотно вдосконалити якість обслуговування читачів у бібліотеці, розширити сферу інформаційного обслуговування користувачів за межами бібліотек, а також забезпечити збереження інтелектуальної та духовної пам'яті народу, спадкоємність державотворчих, національних та культурних процесів у суспільстві [56]. Таким чином, соціальні медіа як глобальний інструмент здійснення інформаційно-психологічних, політичних, маркетингових та інших соціальних практик у середовищі Інтернет стають платформою взаємодії управлінських структур із громадянами, ефективність якої суттєво збільшується при включенні в інформаційний процес бібліотечних установ.

Соціальні медіа, відіграючи важливу роль у формуванні електронних інформаційних ресурсів управлінської діяльності, водночас сприяють удосконаленню й урізноманітненню методів державного управління через форми електронного врядування, напрацювання соціального капіталу, використання потенціалу мережевої взаємодії. Здобутий досвід горизонтальних зв'язків і комунікації в соціальних медіа між інститутами громадянського суспільства і управлінськими структурами дає змогу поступово еволюційним шляхом долати конфлікт інтересів, виробити прийнятні форми громадського контролю за владою.

### **3.3. Соціальні мережі як засіб трансформації суспільної організації**

Розвиток електронних інформаційних технологій виводить громадянське суспільство на новий рівень розвитку з новою якістю – здатністю миттєво консолідуватися навколо суспільно значущих проблем з реальною можливістю прямої дії для їх вирішення. Як зауважує Г. Почепцов, «поя-

ва нових медіа полегшила процес міжнародних інформаційних інтервенцій, бо вони створюють інформаційно-комунікативний простір, в якому пришвидшено всі процеси обміну. Державний апарат не в змозі реагувати і прогнозувати можливі наслідки таких інтервенцій. І майже на кожному кроці він програє» [57]. Водночас інформатизоване на сучасному рівні суспільство здатне до швидкої самоорганізації й, наприклад, через протест може контролювати, сигналізувати владі про необхідність змін насамперед і у сфері організації безпосередньо влади. Тому контроль, як «свідома діяльність соціального суб'єкта, якій притаманні пізнавальні, оцінювальні, регулятивні ознаки» [58], виступає на сьогодні одним з інструментальних чинників демократичного державотворення.

Базовою складовою демократичного управління є громадський контроль як один з видів соціального контролю, який здійснюється як об'єднаннями громадян, так і окремими громадянами. З управлінських позицій громадський контроль, як і будь-який інший контроль, є однією з функцій управління. Він здійснюється шляхом зіставлення діяльності підконтрольних об'єктів з певними соціальними нормами, обраними як еталонні, на підставі чого робиться висновок щодо відповідності цієї діяльності встановленим вимогам. Але завдання громадського контролю не зводиться лише до виявлення розходжень між заданими й фактичними результатами. Головна мета громадського контролю – усунення й запобігання причинам, які породжують цю невідповідність, забезпечення додержання об'єктами контролю відповідних норм – писаних і неписаних. Крім того, завдання громадського контролю полягає в тому, щоб не допустити дій контрольованих суб'єктів за межами законності й правопорядку, запобігти можливим відхиленням від намічених цілей, а також інтересів суспільства та його суб'єктів, а в разі появи цих відхилень усунути їхні негативні наслідки [59]. Наявність налагоджених ефективно діючих каналів комунікації між органами влади і громадськими об'єднаннями є запорукою відкритості державної політики та її підконтрольності суспільству, у цілому – відповідності стратегічним національним інтересам.

Враховуючи темпи розвитку й масштаби втілення сучасних інформаційно-комунікативних технологій, деякі дослідники вважають, що форма «майбутнього механізму контролю для всіх країн буде однаковою – це національна інтернет-мережа з базовим управлінським сайтом, що діє

як багатофункціональна інформаційна система» [60]. Остання розглядається як принципово новий інформаційний канал, що пов'язує владу і громадян (через їхнього представника у владі), і система опитування громадян, і дошка оголошень, і дискусійний майданчик, і трибуна для виступів. Це – система прийому повідомлень від громадян з приводу скарг, оцінок і пропозицій щодо всього спектра соціально-політичних відносин. При цьому механізм контролю лише організовує обговорення, приймає і класифікує повідомлення, але не формує думок. Узагальнений результат повідомлень і обговорень постійно й без спотворень доноситься до діючої влади, а влада відповідно має реагувати згідно з чинним законодавством.

Не викликає сумнівів, що Інтернет відіграє важливу роль у швидкому поширенні інформації, є інструментом кооперації та мобілізації громадських сил. Більше того, за умов існування стійких традицій координації громадської активності в реальному житті Інтернет виступає ефективним інструментом суспільної мобілізації у сфері контролю за управлінською діяльністю. Мережеві технології й соціальні медіа найкращим чином забезпечують зв'язок людей з лідерами суспільства, посилюючи реальний характер цих зв'язків, вони сприяють «виведенню» інформаційно-комунікаційної активності громадськості з віртуального середовища в реальний світ (розвіртуалізація).

Як приклад інструментального чинника демократичного державотворення й засобу громадського контролю за діяльністю органів публічної влади на сьогодні дедалі частіше виступають соціальні мережі. Останні в міру свого розвитку стають не тільки засобом для спілкування, а використовуються як потужний інструмент об'єднання людей певною метою. Саме інформаційно-мережеві технології регулюють соціальну й політичну поведінку населення, а також закріплюють або змінюють стереотипи сприйняття та реакції. На сьогодні «лідери мережевих спільнот і груп – це новий тип суспільного діяча, який виростає прямо зсередини громадянського суспільства. Таким новим лідером може стати практично будь-яка людина, яка є достатньо енергійною, щоб зібрати прихильників, має бажання діяти та володіє мінімальними навичками використання соціальних мереж» [61]. Таким групам не потрібна реєстрація в Мін'юсті, яку обов'язково мають здійснити нові партії і громадські організації; вони не потребують офісів, апарату тощо – усі кошти, які вони легко можуть зібрати через Інтернет,

витрачаються на конкретні справи. Водночас такі віртуальні неформальні об'єднання менш стійкі й можуть швидко припинити своє існування, оскільки тримаються не на формалізованих підставах, а на енергії своїх учасників і організаторів.

У світі понад 200 великих соціальних мереж («ВКонтакте», «Однокласники», Twitter, Instagram, LinkedIn, Google+, Facebook та ін.), 15 мають понад 100 млн активних користувачів, більше 60 з них російськомовні. На сьогодні найпопулярнішою соціальною мережею у світі вважається Facebook. Генеральний директор Facebook М. Цукерберг зазначив у документі для подачі на первинне розміщення акцій, що він розглядає Facebook як інструмент, який може «привнести чесніший і прозоріший діалог навколо урядування, що могло б привести до більш прямої участі людей у здійсненні владних повноважень» [62].

Основна причина зростання популярності цієї соціальної мережі – її широке поширення в країнах Азії, де кількість її користувачів становить 278 млн осіб. Також Facebook має 243 млн користувачів у Північній Америці, 142 млн – у Південній, майже 52 млн – в Африці. У 2012 р. Facebook став найпопулярнішою соціальною мережею у Вірменії, Киргизстані, Латвії і В'єтнамі.

За результатами дослідження компанії Adobe було складено список найпопулярніших соціальних мереж світу (рис. 3.1). На сьогодні в соціальних мережах зареєстровано понад 5,7 млрд профілів по всьому світу, і ця цифра постійно зростає.

Крім Facebook, серед найбільш популярних соціальних мереж у світі – Qzone, «ВКонтакте», «Однокласники» и Cloob. У Росії лідером стала мережа «ВКонтакте» (190 млн зареєстрованих користувачів), в Азії – Qzone (552 млн користувачів), а лідером в Ірані – мережа Cloob (доступ до Facebook там ускладнений через цензуру) [63].

Найбільш яскраво мобілізаційно-комунікаційні можливості віртуальних мережевих спільнот у різних країнах в аспекті політичного впливу і громадського контролю продемонстрували Facebook- та Twitter-революції



Рис. 3.1. Рейтинг популярності соціальних мереж у світі  
 Джерело: <http://seomarket.ua/socialnie-seti-top-10-v-mire.html>

2009–2011 рр. (у Молдові, Ірані, Тунісі, Єгипті), Скуре-революції (у Сирії), а також соцмережі, спрямовані на електронну демократію в США, а саме Change.org, Popvox та Votizen. Звідси громадянські ініціативи можна поділити на «конфліктні» (які виступають проти чого-небудь і захищають власні інтереси) і «підтримуючі» (спрямовані на реалізацію певних інтересів). Д. Рашкофф назвав такі ініціативи медіа-вірусами [64]. Цим терміном він позначив медіа-події, здатні тим чи іншим чином впливати на зміни в житті суспільства.

Значне поширення конфліктних методів громадського контролю над владними структурами зумовлене одним із законів функціонування соціальних мереж – так зване «домінування слабких зв'язків». Сенс цієї тен-

денції полягає в тому, що інформація швидше поширюється через мало-знайомих або зовсім незнайомих людей. Тому, у разі поширення наповненої емоційною складовою революційної ідеї, соціальні мережі завдяки силі слабких зв'язків формують значні маси прихильників за короткий проміжок часу, і, як наслідок, саме емоційна складова змушує учасників соціальних мереж переходити до конкретних дій.

Перша «мережева» революція відбулася на Філіппінах 17 січня 2001 р., коли після блокування парламентом процедури імпічменту президента Д. Естради громадяни країни надіслали один одному понад 7 млн електронних листів із закликами вийти на вулиці і брати участь в акціях протесту. Мільйон протестуючих на вулицях Маніли – і Д. Естрада позбувся президентського крісла. Через три роки наступна «мережева» революція відбулася в Іспанії (2004 р.): демонстрації, організовані за допомогою електронної пошти, змусили покинути свій пост прем'єр-міністра Х. Аснара. Подальші «мережеві» революції мали місце в Молдові (2009 р.), Ірані (2009, 2010 р.), Таїланді (2010 р.), а згодом у Тунісі, Єгипті, Лівії. Наприклад, у Тунісі, Єгипті та Ємені акції опозиції призвели до відставки глав держав у найкоротші терміни. В. Гонім – єгиптянин, який створив у соціальній мережі Facebook сторінку, де закликав співвітчизників виходити на вулицю з протестами, 2011 р. очолив список 100 найвпливовіших людей за версією журналу Time [65].

У Єгипті YouTube у взаємодії із сервісом зі збору та зберігання новин Storyful скористалися тисячами відеороликів, які надійшли від демонстрантів із площі Тахрір, щоб дати людям можливість швидко отримувати й ділитися інформацією на своєму каналі політичних новин CitizenTube. Відомі факти використання можливостей комунікаторів BlackBerryMessenger, які дають змогу обмінюватися повідомленнями при гарантованій стійкості їх розшифрування.

Драматично розвивалися протестні рухи в Лівії та Сирії. Тут масові невдоволення перейшли межу ненасильницьких методів, і внутрішньо-політичні кризи вилилися у громадянські війни, у лівійському випадку ще й з іноземною інтервенцією, масовими жертвами. Колишній бізнесмен і лідер опозиції Омар Шіблі Махмуді використовував мусульманський сайт знайомств «Мавада» для згуртування людей, залишаючись при цьому поза зоною уваги лівійської таємної поліції, яка відслідковувала повідомлення

в соціальних мережах Twitter і Facebook. Закодовані розмови використовувалися для оцінки рівня підтримки і для переадресації користувачів на сайт соціальної мережі Yahoo Messenger для більш детальної розмови. Крім того, революціонери користувалися службою обміну повідомленнями й текстовими повідомленнями для організації своїх подальших дій, уникаючи при цьому контролю з боку влади. Так вдалося об'єднати понад 170 тис. супротивників М. Каддафі. У свою чергу, Google і Twitter активно допомагали протестуючим, створивши сервіс speak2 tweet, що давало людям можливість залишати голосові повідомлення, які потім записувалися у файли на Twitter як інформаційні оновлення [66].

У таких країнах, як Оман, Кувейт, Бахрейн і Йорданія, протестувальникам не вдалося похитнути основи режиму, але влада була вимушена піти на істотні поступки, призначивши дострокові парламентські вибори або відправивши у відставку високопоставлених чиновників. В Алжирі, Саудівській Аравії, Марокко й деяких інших арабських країнах на тлі протестних настроїв влада була змушена піти на розширення соціальних програм і незначні поступки опозиції, такі як програмні і структурні реформи в економіці.

Соціальні мережі в Китаї порівняно зі своїми західними аналогами мають певну специфіку. Доступ до Twitter і Facebook тут заблокований, а місцеві мережі Sina Weibo й Tencent, які до дрібниць копіюють їх, підлягають суворому державному нагляду. Кількість зареєстрованих користувачів цих ресурсів перевищує 340 млн осіб – 140 млн на Weibo і 200 млн на Tencent. Більше клопоту для влади створює менша за розміром мережа Weibo («Гроно»), адже саме її частіше використовують для поширення новин і політично проблемної інформації. Як і на Twitter, розмір одного повідомлення тут обмежений до 140 символів. При цьому, однак, слід враховувати, що в китайській мові символ може позначати ціле слово, тож у 140 символах можна висловити набагато більше, ніж у будь-якій з європейських мов. Попри те що такий альтернативний спосіб поширення новин є дуже незручний для влади, вона все-таки мусить його терпіти, адже не лише побоюється непередбачуваних наслідків від тотального блокування соцмереж, а й трактує їх як своєрідний клапан, через який люди проявляють своє невдоволення, що інакше вивело б їх із протестами на вулиці.



Однією із країн, де відбулися акції протесту, організовані через Інтернет, стала Білорусь. Наслідуючи приклад арабських країн, незгідні із правлінням О. Лукашенка створили в найбільшій у країні мережі «ВКонтакте» групу під назвою «Революція через соціальні мережі», яка стала координаційним центром для кількох акцій протесту, що відбувалися в різних містах Білорусі 2011 р. Висловлюючи свій протест проти режиму, учасники зборів мовчки збиралися на площах і час від часу плескали в долоні, не використовуючи при цьому жодної символіки та не скандуючи лозунгів. Таким чином вони намагалися підкреслити максимальну законність своєї поведінки, яка б не дала жодного формального приводу затримати чи розігнати їх.

У липні під час однієї з таких акцій на всій території країни було на кілька годин заблоковано доступ до соціальної мережі «ВКонтакте», а група «Революція через соціальні мережі», яка розміщує на своїй сторінці оголошення про місце й час проведення чергового протесту-флешмобу, була закрита адміністрацією самого «ВКонтакте» як така, що «не відповідає правилам сайту». Згодом, однак, доступ до групи був відновлений, проте її аудиторія помітно зменшилася. Сьогодні вона налічує 11 103 постійних і ще 2063 потенційних учасників.

Влада обмежується лише тимчасовим блокуванням деяких з них напередодні запланованих акцій протесту після чого вони, як правило, відновлюють свою роботу. Причиною цього, очевидно, є те, що потенціал використання соціальних мереж як засобу протестної політичної активності в Білорусі ще є достатньо незначний – лише 2,2 % населення, за даними порталу Belarus Digest, регулярно використовують ці ресурси для одержання інформації про політичне життя в країні [67]. Незважаючи на нечисленність учасників акцій «Революція через соціальні мережі» і відсутність результату у вигляді яких-небудь змін у політичному житті країни, вони самі по собі є безпрецедентною подією, адже стали першим більш-менш регулярним опозиційним рухом у країні з часів перебування О. Лукашенка при владі. Важливим тут є також те, що ініціатива цього руху йшла не від представників роз'єднаних і слабких опозиційних партій, а безпосередньо «знизу». Крім того, безпосередньо назва проекту демонструє усвідомлення того, що зміна режиму шляхом активного використання нових технологій поступово стає загальносвітовою тенденцією нашого часу.

Що стосується України, то, за даними спеціального дослідження користування соціальними мережами, здійсненого GfK Ukraine, на сьогодні найпопулярнішою соціальною мережею в Україні є «ВКонтакте»: її регулярно відвідують 67 % інтернет-користувачів України; ядро користувачів цієї соціальної мережі становить молодь (16–29 років). Друге місце посіла мережа «Однокласники» з 58 %; ядро користувачів цієї соціальної мережі становлять люди середнього віку (30–44 років), а найбільш частими відвідувачами є жінки. Facebook регулярно відвідують 43 % інтернет-користувачів, причому ця соціальна мережа поряд із Twitter має порівняно низькі показники частоти відвідування: четверта частина зареєстрованих зовсім не користується своїми записами в цих мережах [68].

Водночас мережа Facebook демонструє стійку тенденцію до зростання. Стрімко зростає загальна кількість користувачів Facebook в Україні. Про це говорять дані аналітичної платформи для соціальних медіа SocialBakers. Таким чином, Україна піднялася в рейтингу на два пункти й займає 60 позицію з 213 у загальному рейтингу Facebook по країнах – між Ірландією й Новою Зеландією.

Якщо говорити про вітчизняний досвід нещодавнього минулого, то офіційною датою початку останніх протестних акцій вважається 21 листопада 2013 р., коли Україна оголосила про своє рішення відмовитися від підписання з ЄС Угоди про асоціацію. І знову саме соціальні мережі стали консолідуючою силою, що об'єднала населення в центрі столиці. Слід зазначити, що на початку протестних акцій в Україні їхніми учасниками були переважно студенти, які, об'єднавшись через дописування в медіа-просторі, виступали проти наявності будь-якої символіки існуючих політичних партій країни, крім національного прапора й символіки ЄС. Саме ці символи і стали графічним зображення української революції.

Прихильники євроінтеграції і противники тоді ще діючої влади створили безліч сторінок у соціальних мережах і цілі сайти, які висвітлювали і висвітлюють українські кризові події. Зокрема, ресурс «Хроніки “майдану”» збирає всі згадки про події Євромайдану в найпопулярніших в українців соціальних мережах, зручний інтерфейс дає можливість сортувати представлені посилання за часом і сайтами Facebook, Twitter, «ВКонтакте» й Instagram; ресурс «Галас» став продуктом незалежної волонтерської ініціативи допомоги громадянському спротиву, тут протестуючі можуть запро-

сити людей, запропонувати допомогу, повідомити про надзвичайну ситуацію й розшукати людей; у Facebook представлено групу «Євромайдан», яка набрала понад 200 тис. лайків; «ВКонтакте» група «Євромайдан» має майже 35 тис. учасників тощо.

Аналізуючи використання соцмереж в організації протестних акцій і рухів, на досвіді останніх років можна стверджувати їхнє істотне значення в організації масових акцій громадського невдоволення й державних переворотів у країнах Північної Африки і Близького Сходу, Європи і СНД, адже «основною причиною, яка змушує революційні сили працювати з мережевими організаціями, є відсутність будь-яких ефективних методів боротьби чи контролю над останніми» [69]. Інтернет і соціальні мережі створюють автономний простір комунікації, незалежний як від уряду, так і від тих «гільдій правди», якими в демократичних суспільствах є традиційні ЗМІ. Соціальні мережі відтак стають справжньою трибуною для незалежного громадянського дискурсу.

Канадська дослідниця Н. Кляйн теоретичною основою стратегії онлайн революцій називає доктрину шоку, яку вона докладно описує в однойменній книзі *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*, 2008 («Доктрина шоку: розквіт капіталізму катастроф»). Починаючи з 1970-х років, ця доктрина активно розроблялася й застосовувалася так званою Чиказькою школою на чолі з М. Фрідманом з метою зламу кейнсіанської моделі соціально-відповідального капіталізму і створення зон неоліберальної економіки. Одним з перших виконавців став генерал А. Піночет у Чилі [70].

Схиляючись до ненасильницьких методів прояву громадської активності, більшість дослідників усе ж наголошують на необхідності застосування інших методів контролю над управлінською діяльністю органів влади, скориставшись досвідом електронної демократії, тобто віднайти можливості для реальних втілень культурницьких, економічних, громадських ініціатив. Наприклад, з такою метою у США виник термін «кліктивізм» (англ. *clicktivism*), який позначає громадянську активність в Інтернеті, а саме: використання соціальних медіа та інших інтернет-методів для просування будь-якої справи чи процесу [71]. З розвитком соцмереж кліктивізм дедалі більше перетворюється на ефективний засіб впливу на управлінську діяльність і стає прототипом прямої електронної демократії. Заснований 2006 р. студентами Стенфордського університету сервіс Change.

org (рис. 3.2) спрямовано на подолання мікрокосмічних викликів. Цей веб-сервіс є прикладом того, як думка інтернет-мас стає реальною рушійною силою. Роль сайту дуже проста – кожний може створити свою онлайн-петицію або підписатися під уже створеною петицією, тим самим змінюючи екологічні, економічні та інші умови життя локальних і глобальних спільнот. Тобто для прояву своєї громадянської позиції потрібен практично один клік (звідси й кліктивізм). Але простота в цьому випадку ніяк не заважає ефективності.

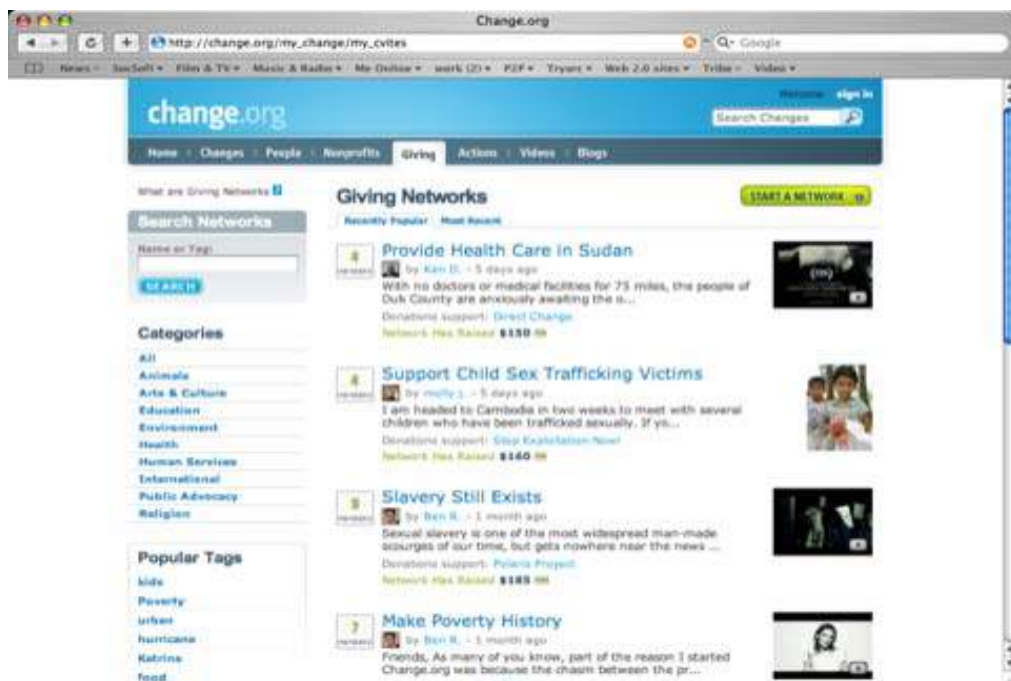


Рис. 3.2. Приклад інтернет-платформи веб-сервісу Change.org

Джерело: <http://www.gravity7.com/blog/media/2007/02/changeorg-social-change-site-review.html>

На сьогодні на Change.org налічується близько 17 млн користувачів, і кожний місяць кількість збільшується ще на 2–3 млн. При цьому ресурс залишається повністю безкоштовним і незалежним – команда (у якій уже

150 осіб), що забезпечує працездатність цього сервісу, отримує всі необхідні кошти від обов'язкових рекламних послуг.

Крім використання кліків як індикатора розвитку громадської інтернет-активності, вагому роль відіграють методи інтелектуального краудсорсингу. Уперше термін «краудсорсинг» ввів редактор і журналіст Д. Хау (англ. Jeff Howe) у своїй статті 2006 р. Пізніше переваги нової технології розкрив у книзі «Краудсорсинг: колективний розум як інструмент розвитку бізнесу» (Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business) [72]. Під краудсорсингом розглядають «технологію інтелектуальної співпраці у соціальних мережах, що спрямовується на сумісне створення інтелектуального продукту на основі інтеграції неявних знань великої кількості людей («натовпу»)» [73]. Ядром змісту краудсорсингу є інтелектуальна взаємодія, співпраця поєднаних мережами носіїв неявних знань, яка не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних та інших обмежень.

Якщо розглядати краудсорсингову технологію у сфері управлінської діяльності, то вона являє собою соціальну платформу, яка реалізується з використанням соціальних медіа для побудови і відображення соціальних мереж та соціальних зв'язків між людьми. Застосування краудсорсингу в державному управлінні може бути реалізоване суб'єктами громадянського суспільства в громадських і державних інтересах, що дає змогу впливати на органи публічної влади в процесі прийняття управлінських рішень з урахуванням вимог, пропозицій широких верств суспільства.

На відміну від традиційних технологій інтеграції неявних знань – навчання й консультування, краудсорсинг, по-перше, істотно розширює коло суб'єктів, знання яких інтегруються для досягнення певної мети; по-друге, значно збільшує масштаб залучення, обміну і використання неявних знань людей, необхідних для створення інтелектуального продукту. Як приклад, для автоматизації процесу налагодження зв'язку громадян з їхніми політичними представниками розроблено краудсорсинговий веб-сервіс Порвох (рис. 3.3).

Ця онлайн платформа полегшує громадянам можливість відстежувати запропоноване законодавство (шляхом проходження через парламент. – Ред.) і висловлювати підтримку чи несхвалення, які потім пересилаються персонально парламентарям.



Рис. 3.3. Краудсорсингова платформа POPVOX для оцінки і впливу на законотворчу діяльність

Джерело: <https://www.popvox.com/>

Popvox – це краудсорсингова платформа для голосування, збирання оцінок і думок людей щодо законопроектів, які перебувають на розгляді в Конгресі США. Вона «змішує» законодавчу інформацію з історіями і враженнями людей. Popvox надає можливість людям впливати на закони й бути почутими, а представники Конгресу та інші державні службовці отримують зручний інструмент для перегляду даних від користувачів з їхнього законопроекту.

Платформа Popvox не відносить себе до певної політичної партії чи політичної сили. Інформація про законопроекти надходить від організацій, які належать усьому політичному спектру. Ця інформація містить назву законопроекту, короткий опис, витяг із закону й поточний статус. Це не дискусійний форум, а місце для прийняття рішень. Ключ Popvox у прозорості і відповідальності. Зона впливу платформи не обмежується тільки ретрансляцією повідомлення в Конгрес, вона веде суворий облік усіма оцінками і сприяє тому, щоб повідомлення дійшло до адресата. Коли всі повідомлення публічні, порашовані й доступні для пошуку, го-

лос кожної окремої людини стає у рази вагомішим – Конгрес уже не може його проігнорувати.

Рорвох був створений, щоб розв'язати проблему надмірної кількості інформації. Засновник і генеральний директор М. Харріс працювала як помічник правника у Вашингтоні і виявила, що співробітники Конгресу «тонуть» в «інформаційному шумі» (аргументах і псевдоаргументах лобістів і контрлобістів. – Ред.). Тож так народилася ідея створити інтернет-платформу настроїв. Рорвох спирається на модель Freemium, коли політики можуть розмістити безкоштовний віджет на своєму сайті чи в соціальній мережі.

Діяльність сервісу отримала позитивні відгуки як від громадськості, так і від співробітників Конгресу, оскільки це давало їм змогу застосовувати аналітику і приймати політичні рішення відповідно до «голосу народу». До того ж користувачам Рорвох не обов'язково бути громадянами або навіть зареєстрованими виборцями, що дає можливість логінуватися за допомогою Facebook або Twitter. Ця функція дає можливість членам зберігати анонімність, але при цьому зв'язуватися з Конгресом під своїми справжніми іменами.

З метою залучення виборців і пошуку громадської підтримки у США було створено сервіс Votizen (рис. 3.4). Для його створення було використано соціальні медіа, що дає учасникам можливість дізнатися, хто з їхніх соціальних зв'язків є односторонніми, а хто – ні, визначити основні напрями соціального невдоволення діяльністю як політичних сил загалом, так і окремих діячів. Votizen отримала 2,25 млн дол. від співзасновника Napster Ш. Паркера й інвестора Р. Конвея.

Політики й активісти активно прагнуть вийти на своїх членів, обраних за схожістю поглядів, тим самим забезпечити собі необхідний рівень підтримки й розширити коло прихильників. На сьогодні служба нараховує понад 150 тис. членів.

Співзасновник і головний виконавчий директор Votizen Д. Бінетті наголосив, що мета сервісу полягає в тому, щоб знизити роль грошей у політиці, зробивши масштаби мережі людей більш важливими, ніж розмір їхнього гаманця.



Рис. 3.4. Приклад онлайн-панелі Votizen, яка показує структуру безперервних потоків політичних твітів

Джерело: <http://www.business2community.com/tech-gadgets/five-innovative-social-mobile-cloud-and-big-data-apps-from-the-us-2012-election-campaigns-0324779>

Крім створення подібного роду громадських веб-сервісів, методи інтернет-активізму в питаннях контролю управлінської діяльності містять також публікації новин у соцмережах, створення відео- та аудіорозслідування, поширення інформації про протести і проведення кампаній тощо. Усе це дає змогу шляхом постійного оновлення інформації підтримувати й розширювати межі інтернет-дискурсу в режимі реального часу. Інтернет-дискурс – це висловлювання на базі інтернет-мережі, об'єднані певною проблематикою, які функціонують у реальних історичних, суспільних і культурних умовах, а у своєму змісті та структурі відбивають часовий аспект, інтеракції між партнерами, що створюють цей тип дискурсу, а також значення, які він творить, використовує, репродукує або перетворює [74]. Безперервний потік твітів і мережевих меседжів перетворює Twitter,



Facebook, «ВКонтакте», YouTube та інші менш потужні соцмережі на свого роду поле інформаційної битви. Поле, що впливає на суспільну думку, а та, у свою чергу, впливає на регіональні та світові ЗМІ з політиками.

На перетині використання соціальних мереж і зростання користування мобільними пристроями постали сервіси, що надають послуги з нагляду за інфопотоками. Ця назва умовна, бо навіть в англійській мові досі немає згоди щодо правильного визначення такого явища, і поки ці сервіси називають content curation. Їхнє завдання – відстежувати найпопулярнішу інформацію в соціальних мережах. Тобто це сервіси-агрегатори – додатки на мобільні пристрої, що формують стрічки новин з найбільш поширюваних лінків у соцмережах. У тому числі формують рейтинги із зацікавлень тих користувачів, які реєструються на цих агрегаторах за допомогою Twitter, Facebook чи Google+. Тобто виходить певне коло: реєструєшся – уподобаєш тему – сприяєш її популяризації. Найвідоміші агрегатори на сьогодні – Flipboard і NewsWhip. Так, Flipboard – це єдина у своєму роді та зручна програма для читання новин, блогів, rss-стрічок або постів із соцмереж. Досить ввести дані своїх облікових записів в улюблених сервісах (Google Reader, Facebook тощо) або вибрати, які джерела інформації цікавлять у каталозі Flipboard – і програма сама верстатиме подобу газети, вміст якої повністю адресовано конкретному користувачеві. При цьому програма вміє «підтягувати» картинку за посиланнями з новин і постів. Ну, і, звичайно, завжди можна в один клік перейти на сайт з першоджерелом. Або «розшарити» вподобану новину в соцмережах або поштою. Сервіс NewsWhip дещо складніший, оскільки «розбиває» популярність на категорії.

Незважаючи на значне сприяння зростанню громадської активності як в інтернет-середовищі, так і в реальному житті щодо врегулювання нагальних суспільно-політичних проблем, ці мережеві сервіси приховують у собі й ряд недоліків. Так, західні редакції, зважаючи на популярність тем у згаданих вище сервісах-агрегаторах, розуміють їхню популярність для людей і перекидають ці теми далі. Позаяк редакції часто не мають достатньо журналістів, то користуються послугами так званих медіа-воркерів (англ. media-workers – медіа-працівників, якими часто є низькооплачувані студенти чи практиканти). Зрозуміло, що в таких ситуаціях теми добираються й пишуться вже далеко не за журналістськими стандартами. Звісно, є видання, які дотримуються основних засад журналістики,

але у світлі швидкого розвитку Інтернету й появи все нових інтернет-медіа питома кількість неякісних інформаційних сторінок просто «задавлює масою» відомі видання. Якщо ж неякісними лінками заповнити соцмережі, то можна будь-кого «втопити» в інформаційному шумі.

Таким чином дедалі більше людей отримують викривлену інформацію. На основі ж такого викривлення аудиторія будує свою думку. Ця думка впливає на місцевих політиків, які мусять подобатися аудиторії. Від місцевих політиків настрої йдуть на вищі щаблі. Далі – до більш поважних видань, які формують уже реальну політику, і в результаті ми отримуємо сформовану громадську думку й політику держави, яка мусить слухати викривлену громадську думку.

Незважаючи на це, інформація про політику в соцмережах відіграє неймовірно важливу роль у формуванні тієї самої політики, адже соціальні медіа відкрили новий, складний шлях, у якому проявляються і зливаються метанаративи про політичні дії. Twitter, Facebook та інші соціальні мережі стали новими колективними, відкритими, але «неквартирними» просторами нерівномірного впливу там, де розповіді про конфлікт зливаються, а потім ретранслюються й перетікають до ЗМІ. Так, Twitter можна вважати новим спін-румом ХХІ ст.

Як доказ міжконтинентального масштабу і всеохоплюючого впливу соціальних мереж на протікання сучасних суспільно-політичних процесів можна розглядати проведення міжнародних конкурсів інтернет-активізму. Як приклад, можна назвати The Bobs, заснований 2004 р. німецькою суспільно-правовою медіакомпанією Deutsche Welle (DW). Призами конкурсу щороку нагороджуються онлайн-проекти різними мовами, які стимулюють інтернет-дискурс у контексті поширення свободи слова й захисту прав людини, впливу громадськості на управлінську діяльність. Мета The Bobs – підкреслити різноманітність і важливість нових форм масової комунікації в Інтернеті (блогів, мікроблогів, соціальних мереж, веб-сайтів проектів вищевказаної тематики, веб-версій ЗМІ тощо), організувати міжнародний полілог на суспільно важливі теми. Проаналізувавши перелік переможців у 2004–2012 рр., можна помітити, що це переважно користувачі, які походять з держав із браком демократії. Наприклад, дисиденти, професійні та громадянські журналісти, а також організації (наприклад, блог російського опозиційного видання «Новая газета» переміг у 2011 р.).

Більшість переможців висвітлюють у своїх блогах теми й події, які замовчуються в суспільстві та рідко оприлюднюються у традиційних мас-медіа [75]. Наприклад, серед переможців 2012 р. – блогер з Бангладеш А. Суфіан, який веде віртуальний щоденник про випадки порушення закону владою його країни; іранський дисидент і журналіст А. Сіргачі, який свого часу був засуджений до 14 років ув'язнення за критику режиму. Варто зазначити, що у 2014 р. до переліку переможців конкурсу шляхом онлайн голосування увійшли й українські інтернет-активісти – «Євромайдан» ([www.facebook.com/EuroMaydan](http://www.facebook.com/EuroMaydan)) і «Вавилон 13» ([www.facebook.com/babylonfilms](http://www.facebook.com/babylonfilms)). «Євромайдан» – одна з наймасовіших і найпопулярніших спільнот Facebook в Україні. Вона нараховує близько 300 тис. учасників, хоча спочатку це була волонтерська ініціатива. Спільнота існує з перших днів життя Майдану – з листопада 2013 р. Незабаром «Євромайдан» на Facebook став провідним інформаційним спеціалізованим ресурсом, який допомагав мобілізувати людей, координувати їхні дії й поширювати актуальні новини. Творче об'єднання «Вавилон 13» називає свої роботи «кіно громадянського протесту». Група професійних кінематографістів створила серію документальних короткометражок про українську революцію. Їхня мета – показати народження й перші вирішальні кроки громадянського суспільства в Україні. Члени «Вавилон 13» переконані, що за допомогою документального кіно можна змінити уявлення людей про навколишню дійсність.

Подібні міжнародні конкурси відображають практично всі нові форми віртуальної масової комунікації, які нині активно використовуються користувачами Інтернету: блоги, мікроблоги (Twitter), мультимедійні платформи, соціальні мережі. Імовірно значення таких проектів у професійному моніторингу міжнародної блогосфери (якщо точніше, окремих мовних регіонів), привертанні уваги громадськості до ключових проектів, організації полілогу на суспільно значущі теми і стимулюванні реакції онлайн-спільнот на важливі проблеми, а також сприяння утворенню міжнародних мережових спільнот користувачів Інтернету, які можуть створювати суспільно-політичні зміни у своїх країнах.

Таким чином, на початку XXI ст. глобальний розвиток масової комунікації на платформі концепції Web 2.0 (соціальні медіа) став чинником виникнення новітніх віртуальних форматів соціально-політичної і громадської активності й «нових (мережових) ідентичностей». Цей період –

це без перебільшення точка відліку нової суспільно-політичної формації, у якій відносини між владою та автономним в інформаційному плані від неї суспільством виходять на якісно новий рівень. Засоби онлайн-комунікації стають потужним фактором мобілізації й координації політичної активності мас, які стають самостійним суб'єктом контролю управлінської діяльності та історичних перетворень навіть без посередництва традиційних сил, якими є політичні партії і їхні лідери.

Соціальні мережі істотно підвищують ефективність механізмів громадської самоорганізації – того, що називається «громадянським суспільством». Нові форми комунікації держави й суспільства створюють передумови розвитку інститутів і організацій громадянського суспільства, які забезпечують нарощування соціального капіталу всіх учасників певної комунікації. Соціальні мережі помітно впливають на взаємодію державної влади й суспільства. У такому впливі можна виділити: безпосередній вплив нових інформаційних технологій на свідомість людини – насамперед за рахунок значного розширення її когнітивних і комунікативних можливостей; вплив інформаційних технологій на соціальну організацію: використання нових засобів комунікації принципово знижує витрати, пов'язані з передачею інформації, спрощується і стрімко прискорюється процес створення географічно розділених соціальних груп (мереж), які характеризуються переважанням неієрархічних «горизонтальних» комунікацій, можливістю спілкування «всіх з усіма».

Соціально-мобілізаційна активність деструктивного характеру, а також акції протесту, які організуються із застосуванням інструментарію соціальних мереж (рухи, демонстрації, флеш-моби, перекриття трас тощо), стають повсякденними в житті сучасного суспільства. При цьому варто не забувати, що соціальні мережі – це лише інструмент, який відіграє роль каталізатора масових протестів, однак не створює їх сам по собі. Крім того, роль цього інструменту в окремих випадках є подвійною: дозволяє як мобілізувати людей на спротив, так і утримати їх від нього – у чому й полягає його своєрідний парадокс.

У контексті основних можливих засобів контролю управлінської діяльності через соцмережі найбільш прийнятним вбачається впровадження краудсорсингу й елементів електронної демократії в державному управлінні, що сприятиме створенню суспільства, у якому активність громадян

і народний контроль становитимуть невід'ємну частину у прийнятті важливих державних рішень. Ця інноваційна технологія сформує інструменти зворотного зв'язку, що створюватиме сприятливі умови для прояву громадської ініціативи.

### Список використаних джерел до розділу 3

1. Харьковчане вошли в ТОП-10 пользователей социальных сетей по Украине [Электронный ресурс] // Infa.kharkov.ua. – Режим доступа: <http://infa.kharkov.ua/xarkovchane-voshli-v-top-10-polzovatelej-socialnyh-setej-po-ukraine>. – 2014. – 6.01. – Загл. с экрана.

2. Сухарина А. Динаміка і перспективи розвитку українських онлайн-ЗМІ [Електронний ресурс] / А. Сухарина // Поступ. – Режим доступа: <http://postup.brama.com/usual.php?what=78036>. – 2014. – 18.04. – Назва з екрана.

3. Эксперты выяснили, какая соцсеть является рупором Антимайдана [Электронный ресурс] // From-UA. Новости Украины. – Режим доступа: <http://www.from-ua.com/news/f058900147002.html>. – 2014. – 5.02. – Загл. с экрана.

4. Чиновники обновляют новости в соцсетях каждый час [Электронный ресурс] // IT Expert : веб-сайт. – Режим доступа: <http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/30045-chinovniki-obnovlyayut-novosti-v-sotssetyakh-kazhdyy-chas.html>. – 2013. – 24.09. – Загл. с экрана.

5. Азаров, Королевская и Грищенко – самые активные пользователи соцсетей среди министров [Электронный ресурс] // Четверта влада : інформ.-політ. портал. – Режим доступа: <http://4vlada.net/partii-lidery/azarov-korolevskaya-i-grishchenko-samye-aktivnye-polzovateli-sotssetei-sredi-ministrov>. – 2013. – 27.07. – Назва з екрана.

6. Клімкін П.: МЗС активно працює в соцмережах, щоб донести об'єктивну інформацію про Україну [Електронний ресурс] // Радіо «Свобода» : веб-сайт. – Режим доступа: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/25452458.html>. – 2014. – 16.07. – Назва з екрана.

7. МИД Украины вышло в соцсеть «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // InternetUA : веб-сайт. – Режим доступа: <http://internetua.com/mid-ukraini-vishlo-v-socset-vkontakte>. – 2014. – 14.07. – Загл. с экрана.

8. Порошенко ініціював процес об'єднання своїх акаунтів у соцмережах [Електронний ресурс] // iPress.ua : веб-сайт – Режим доступу: [http://ipress.ua/news/poroshenko\\_initsiyuvav\\_protse\\_obiednannya\\_akauntiv\\_u\\_sotsmerezah\\_73486.html](http://ipress.ua/news/poroshenko_initsiyuvav_protse_obiednannya_akauntiv_u_sotsmerezah_73486.html). – 2014. – 7.07. – Назва з екрана.

9. Президент завел сторінку во «ВКонтакте» [Електронний ресурс] // IT Expert : веб-сайт. – Режим доступу: <http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/36994-prezident-zavel-stranitsu-vo-vkontakte.html>. – 2014. – 15.07. – Загл. с екрана.

10. Петр Порошенко завел акаунт в Instagram [Електронний ресурс] // IT Expert : веб-сайт. – Режим доступу: <http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/37310-petr-poroshenko-zavel-akkaunt-v-instagram.html>. – 2014. – 31.07. – Загл. с екрана.

11. Адміністрація Президента України відкрила свій Twitter [Електронний ресурс] // Корреспондент.net : веб-сайт. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/3391213-administratsiia-prezydenta-ukrainy-vidkryla-svii-Twitter>. – 2014. – 11.07. – Назва з екрана.

12. Facebook стала самой популярной у органов исполнительной власти соцсетью [Електронний ресурс] // IT Expert : веб-сайт. – Режим доступу: (<http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/37489-facebook-stala-samoj-populyarnoj-u-organov-ispolnitelnoj-vlasti-sotssetyu.html>). – 2014. – 8.08. – Загл. с екрана.

13. Дуров допоможе уряду України запустити українську соціальну мережу [Електронний ресурс] // UkrainianWatcher. – Режим доступу: <http://watcher.com.ua/2014/04/01/durov-dopomozhe-uryadu-ukrayiny-zapustyty-ukrayinsku-sotsialnu-merezhu>. – 2014. – 1.04. – Назва з екрана.

14. Офіційна сторінка АТО запустилась в Facebook [Електронний ресурс] // IT Expert : веб-сайт. – Режим доступу: <http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/36721-ofitsialnaya-stranitsa-ato-zapustilas-v-facebook.html>. – 2014. – 2.07. – Загл. с екрана.

15. Государственной судебной администрацией Украины создана страница «Судебная власть Украины» на Facebook [Електронний ресурс] // Судебно-юридическая газета : веб-сайт. – Режим доступу: <http://sud.ua/news/2013/08/07/52855-gosydarstvennoj-sydebnnoj-administratsiej-ukraini-sozdana-stranitsa-sydebnaya-vlast-ukraini-na-facebook>. – 2013. – 7.08. – Загл. с екрана.

16. Прикарпатська міліція взялася за соцмережі [Електронний ресурс] // Версії.if.ua : щоденна інтернет-газета. – Режим доступу: <http://versii.if.ua/povunu/prikarpataska-militsiya-vzyalasya-za-sotsmerezhi>. – 2014. – 30.07. – Назва з екрана.

17. Эксперты выяснили, какая соцсеть является рупором Антимайдана [Электронный ресурс] // From-UA. Новости Украины. – Режим доступа: <http://www.from-ua.com/news/f058900147002.html>. – 2014. – 5.02. – Загл. с экрана.

18. Карпенко О. SMM-приемы украинских политиков: хипстер-луки, боты и розыгрыш денег [Электронный ресурс] / О. Карпенко // AIN.UA : веб-сайт. – Режим доступа: <http://ain.ua/2014/07/03/531197>. – 2014. – 3.07. – Загл. с экрана.

19. Там само.

20. Михайлішин пасе задніх у рейтингу «очільників», які ведуть активне життя в мережі [Електронний ресурс] // Bukinfo : Чернівецька незалежна інформ. агенція. – Режим доступу: <http://www.bukinfo.com.ua/show/news?lid=37500>. – 2013. – 27.09. – Назва з екрана.

21. Львовских милиционеров обяжут общаться с народом через Facebook [Электронный ресурс] // proIT : веб-сайт. – Режим доступа: <http://proit.com.ua/news/gosregulation/2014/06/20/134823.html>. – 2014. – 20.06. – Загл. с экрана.

22. У Львові начальники райвідділів міліції зареєструвалися у Facebook [Електронний ресурс] // Вголос : інформ. агенція. – Режим доступу: [http://vgolos.com.ua/news/u\\_lvovi\\_nachalnyku\\_rayviddiliv\\_militsii\\_zareiestruvalysya\\_u\\_facebook\\_149381.html](http://vgolos.com.ua/news/u_lvovi_nachalnyku_rayviddiliv_militsii_zareiestruvalysya_u_facebook_149381.html). – 2014. – 25.06. – Назва з екрана.

23. Є контакт: як місцева влада в Україні опановує соцмережі і чим ділиться в них із громадянами [Електронний ресурс] // Регіональні новини : інформ. агентство. – Режим доступу: <http://regionews.ua/node/113018>. – 2013. – 12.09. – Назва з екрана.

24. Там само.

25. ТОП-10 украинских политиков по версии Facebook [Электронный ресурс] // Городской дозор : веб-сайт. – Режим доступа: <http://dozor.kharkov.ua/news/social/1147394.html>. – 2014. – 4.02. – Загл. с экрана.

26. Радзієвський І. А. Феномен глобалізації і державне управління [Електронний ресурс] / І. А. Радзієвський // Державне управління: теорія

та практика. – 2006. – № 1. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej3/txts/zmist.htm>. – Назва з екрана.

27. Конституцію Ісландії написали прості громадяни через Інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sumynews.com/nova-polityka-z-oleksandrom-khoruzhenko/item/4819-konstytucziyu-islandiyi-napysaly-prosti-gromadyany-cherez-internet.html>. – Назва з екрана.

28. *Турунок С. Г.* Інтернет и политический процесс [Электронный ресурс] / С. Г. Турунок // Общественные науки и современность. – 2001. – № 2. – С. 51–63. – Режим доступа: <http://www.ict.edu.ru/ft/003982/006 tURONOK.pdf>. – Загл. с экрана.

29. *Кастельс М.* Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М. : Academia, 1999. – С. 494–505.

30. Твиттер обогнал СМИ по скорости распространения новостей [Электронный ресурс] // Полит.ру : веб-сайт. – Режим доступа: [http://polit.ru/news/2013/03/07/twitter\\_won](http://polit.ru/news/2013/03/07/twitter_won). – Загл. с экрана.

31. Путеводитель по социальным медиа-2013 / под ред. К. Мёллер, М. Стоун ; пер. с англ.: А. Г. Качкаева. – Вена, 2013. – 176 с.

32. *Нестеров Д.* Социальные сети движут миром [Электронный ресурс] / Д. Нестеров // МинПром – информация бизнес-класса. – Режим доступа: <http://minprom.ua/digest/86915.html>. – Загл. с экрана.

33. Там само.

34. Рейтинги банков в социальных сетях [Электронный ресурс] // Prostobankir.com.ua : путеводитель для банкиров. – Режим доступа: [http://www.prostobankir.com.ua/spravochniki/rejtingi\\_bankov/socialmedia](http://www.prostobankir.com.ua/spravochniki/rejtingi_bankov/socialmedia). – Загл. с экрана.

35. *Кудрявцева С. П.* Міжнародна інформація [Електронний ресурс] / С. П. Кудрявцева, В. В. Колос. – К. : Слово, 2005. – 400 с. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/21985>. – Назва з екрана.

36. *Горовий В.* Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горовий ; наук. ред. Л. А. Дубровіна ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2010. – 360 с.

37. *Розин М. Д.* Исследование социальных сетей как площадки социальной коммуникации рунета, используемой в целях предвыборной агитации [Электронный ресурс] / М. Д. Розин // Инженерный вестник Дона



: електрон. науч. журн. – Режим доступа: [http://ivdon.ru/magazine/archive/n1\\_u2011/397](http://ivdon.ru/magazine/archive/n1_u2011/397). – Загл. с экрана.

38. Блоги оказывают большее влияние на общественное мнение, чем традиционные СМИ [Электронный ресурс] // Нева пресс : веб-сайт. – Режим доступа: <http://neva-press.com/?p=8863>. – Загл. с экрана.

39. *Горовий В. М.* ІТ-субкультури в структурі сучасного суспільства / В. М. Горовий // Україна: події, факти, коментарі. – К., 2012. – № 5. – С. 76–85.

40. *Якименко Ю.* Соціальні мережі та соціальні рухи / Ю. Якименко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – К., 2012. – Вип. 33. – С. 524–532.

41. *Дегтяр О.* Інформаційно-комунікативна діяльність в державному управлінні як інструмент інтенсифікації соціального партнерства [Електронний ресурс] / О. Дегтяр. – Режим доступа: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=623>. – Назва з екрана.

42. Україна зайняла 87-ме місце у світі за рівнем розвитку електронного уряду [Електронний ресурс] // УНІАН : інформ. агентство. – Режим доступа: <http://www.unian.ua/science/933603-ukrajina-zaunyala-87-me-mistse-u-sviti-za-rivnem-rozvitku-elektronnogo-uryadu.html>. – Назва з екрана.

43. Там само.

44. *Гройсман В.:* Протягом місяця в Україні запрацює Агентство електронного урядування [Електронний ресурс] // Перший національний : веб-сайт Національної телекомпанії України. – Режим доступа: <http://1tv.com.ua/uk/specialnews/2014/07/01/35639>. – Назва з екрана.

45. Соціально-правові основи інформаційної безпеки / [В. М. Петрик, А. М. Кузьменко, В. В. Остроухов, О. А. Штоквич та ін.] ; Укр. акад. наук, Держ. ун-т інформ.-комунікац. технологій. – К. : Росава, 2007. – 496 с.

46. *Корнев М.* Дипломатия Веб 2.0: как Фейсбук и соцсети меняют мировую политику [Электронный ресурс] / М. Корнев // Российский совет по международным делам : веб-сайт. – Режим доступа: [http://russianscouncil.ru/inner/?id\\_4=3076#top](http://russianscouncil.ru/inner/?id_4=3076#top). – Загл. с экрана.

47. *Rafaeli S.* De-lurking in virtual communities: a social communication network approach to measuring the effects of social and cultural capital [Electronic resource] / S. Rafaeli, G. Ravid, V. Soroka. – Mode of access: <http://>

sheizaf.rafaeli.net/publications/RRSHICSS37 DeLurking1.pdf. – Title from the screen.

48. *Putnam R. D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* / R. D. Putnam. – New York : Simon & Schuster, 2000. – 540 p.

49. Конференция европейских статистиков (Женева, 11–13 июня 2007 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unecsc.org/stats/documents/ece/ces/2007/25.r.pdf>. – Загл. с экрана.

50. *Прогнімак О. Д. Соціальні мережі як ресурс розвитку інноваційних процесів в інформаційному суспільстві* [Електронний ресурс] / О. Д. Прогнімак. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/Soc./st\\_15.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc./st_15.pdf). – Назва з екрана.

51. *Сибиряков С. О. Проблеми формування та розвитку соціального капіталу державних службовців у трансформаційних державах* / С. О. Сибиряков // Статистика України. – 2008. – № 4. – С. 94–99.

52. *Мейжис І. Соціальний капітал як предмет вивчення в соціальній психології* / І. Мейжис // Соціальна психологія. – 2006. – № 1 (15). – С. 27–42.

53. *Schiavo-Campo S. To Serve And To Preserve: Improving Public Administration In A Competitive World* / S. Schiavo-Campo ; Schiavo-Campo Salvatore, Sundaram Pachampet Sabhesa Aiyar. – Manila : Asian Development Bank, 2001. – 859 p.

54. *Сибиряков С. Громадянська культура державних службовців у формуванні консолідованої демократії в Україні* [Електронний ресурс] / С. Сибиряков // Наук. вісн. – 2009. – Вип 4. Демократичне врядування. – Режим доступу: <http://www.lvivacademy.com/visnik4/fail/+Sybyrjakov.pdf>. – Назва з екрана.

55. *Копанєва В. О. Бібліотека як центр збереження інформаційних ресурсів Інтернету : монографія* [Електронний ресурс] / В. О. Копанєва. – Режим доступу: [http://www.telecomlaw.ru/monograph/09\\_kvoiri.pdf](http://www.telecomlaw.ru/monograph/09_kvoiri.pdf). – Назва з екрана.

56. *Електронні інформаційні ресурси бібліотек у піднесенні інтелектуального і духовного потенціалу українського суспільства* / [О. С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – 235 с.

57. *Почепцов Г. Г. Управління масовою свідомістю як ціль соціоінжинірингу* [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita>.

mediasapiens.ua/print/material/14885. – Дата звернення: 16.02.2013. – Назва з екрана.

58. *Наливайко Т. В.* Громадський контроль в Україні як інститут громадянського суспільства: теоретико-правовий аспект : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.01 «Теорія та історія держави і права; історія політичних і правових учень» / Т. В. Наливайко. – Львів, 2010. – 18 с.

59. *Маштакова Е. А.* Теоретико-правовые вопросы государственного контроля в Российской Федерации : дис. ... канд. юрид. наук / Е. А. Маштакова. – Ростов на Дону, 2000. – 193 с.

60. *Гончаренко В.* Або громадський контроль, або – колапс [Електронний ресурс] / Гончаренко В. // Українська правда. – 2012. – 19.04. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/columns/2012/04/19/6963013/?attempt=1>. – Назва з екрана.

61. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.

62. США наближається до «електронної демократії». Три соцмережі, які прямо впливають на політику [Електронний ресурс] // [Texty.org.ua](http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/39823/SShA_nablyzhajetsa_do_jelektronnoji_demokratiji_Try_socmerezhi?a_srt=&a_offset=7) : веб-сайт. – 2012. – 27.09. – Режим доступу: [http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/39823/SShA\\_nablyzhajetsa\\_do\\_jelektronnoji\\_demokratiji\\_Try\\_socmerezhi?a\\_srt=&a\\_offset=7](http://texty.org.ua/pg/article/newsmaker/read/39823/SShA_nablyzhajetsa_do_jelektronnoji_demokratiji_Try_socmerezhi?a_srt=&a_offset=7). – Назва з екрана.

63. Facebook стал самой популярной социальной сетью по итогам года [Электронный ресурс] // [Internetua](http://internetua.com/Facebook-stal-samoi-populyarnoi-socialnoi-setua-ro-itogam-goda) : веб-сайт. – 2013. – 6.01. – Режим доступу: <http://internetua.com/Facebook-stal-samoi-populyarnoi-socialnoi-setua-ro-itogam-goda>. – Загл. с екрана.

64. SoftPower, HardPowerandLeadership [Electronic resource]. – 2014. – 15.04. – Mode of access: [http://www.hks.harvard.edu/netgov/files/talks/docs/11\\_06\\_06\\_seminar\\_Nye\\_HP\\_SP\\_Leadership.pdf](http://www.hks.harvard.edu/netgov/files/talks/docs/11_06_06_seminar_Nye_HP_SP_Leadership.pdf). – Title from the screen.

65. TheWorld'sMostInfluentialPeople [Electronic resource] // [Time](http://content.time.com/time/specials/packages/0,28757,1984685,00.html). – Mode of access: <http://content.time.com/time/specials/packages/0,28757,1984685,00.html>. – Title from the screen.

66. *Preston J.* Facebook Officials Keep Quiet on Its Role in Revolts [Electronic resource] / J. Preston // [The New York Times](http://www.nytimes.com/2011/02/15/business/media/15_facebook.html?_r=3&ref=world). – 2011. – 14.02. – Mode of access: [http://www.nytimes.com/2011/02/15/business/media/15\\_facebook.html?\\_r=3&ref=world](http://www.nytimes.com/2011/02/15/business/media/15_facebook.html?_r=3&ref=world). – Title from the screen.

67. Choking The Social Networks Revolution [Electronic resource] // Belarus Digest. – 2011. – 25.07. – Mode of access: <http://belarusdigest.com/story/how-belarus-authorities-fight-revolution-internet>. – Title from the screen.

68. Самі популярні соцмережі в Україні [Електронний ресурс] // U–News. – 2011. – 23.11. – Режим доступу: <http://u-news.org.ua/307-sam-populyarn-socmerezhi-v-ukrayin.html>. – Назва з екрана.

69. Поляруш О. О. «Мережеві» революції як засіб геополітичного протистояння: близькосхідний досвід / О. О. Поляруш // Інформація і право. – 2011. – № 2 (2). – С. 66–70.

70. Klein N. The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism. Picador / Naomi Klein. – 2008. – 720 p.

71. Whatisclicktivism? [Electronic resource] // Clicktivist.org. – Mode of access: <http://www.clicktivist.org/what-is-clicktivism>. – Title from the screen.

72. Хау Д. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Д. Хау. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 345 с.

73. Марченко О. С. Інтелектуальний краудсорсинг як категорія інформаційного суспільства [Електронний ресурс] / О. С. Марченко. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/5\\_SVMN\\_2013/Economics/14\\_128321.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5_SVMN_2013/Economics/14_128321.doc.htm). – Назва з екрана.

74. Тимчук Д. Інтернет-дискурс в соціальній мережі Facebook на прикладі Євромайдану 2013 р. [Електронний ресурс] / Д. Тимчук // Науковий блог НаУ «Острозька академія». – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2014/internet-dyskurs-v-sotsialnij-merezhi-facebook-na-prykladi-evromajdanu-2013-r>. – Назва з екрана.

75. Грабська А. В. Міжнародний конкурс інтернет-активізму The Bobs від Deutsche Welle як інструмент розповсюдження свободи слова за допомогою нових медій / А. В. Грабська // Світ соціальних комунікацій. – 2013. – Т. 10. – С. 104–106.

### **СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – ІННОВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

#### **4.1. Інформаційно-комунікаційна складова процесу управління: підходи до застосування інструментарію соцмереж**

Будь-яка суспільна управлінська діяльність передбачає утворення і функціонування цілісної системи, обов'язковими елементами якої є об'єкт, суб'єкт, засоби, операції, цілі, результати, потреби й умови.

У процесі управління між об'єктом і суб'єктом управління встановлюється розгалужена мережа прямих і зворотних зв'язків, що забезпечують обмін інформаційними потоками. Уже в самому цьому зв'язку, тобто в інформаційному обміні, закладені відносини ефективності – усі параметри суб'єкта управління (інформація про нього) формуються таким чином, щоб забезпечити ефективний вплив на об'єкт, задоволення певної соціальної потреби та ідеальної мети, що її відображає. Для соціальних систем управління, на відміну від технічних, де має місце чітке розмежування керуючих і керованих підсистем, характерна органічна єдність суб'єктів і об'єктів управління, їх переплетення, відносність, обмін ролями, інтенсивні інформаційні процеси [2].

Результативність функціонування системи і процесу управління, тобто інтегрований результат взаємодії компонентів управління, визначатиме показник ефективності управління. Ефективність показує, якою мірою керуючий орган реалізує цілі, досягає запланованих результатів. Співвідношення результатів управлінських дій з початковою метою і витратами й становитиме зміст ефективності як управлінської категорії.

Під якістю управління, за В. Рудьєвим і С. Гуткевичем, слід розуміти сукупність відповідності поведінки системи управління конкретній ситуації, яка дає змогу системі впевнено функціонувати в умовах швидких змін внутрішнього й зовнішнього середовища [4].

Забезпечення необхідної для стабільного функціонування й розвитку системи якості управління передбачає налагодження ефективної інформаційно-комунікаційної взаємодії між окремими елементами системи управління, у процесі якої зворотний зв'язок відіграє подвійну роль: джерела інформації про зовнішні зміни, до яких системі доведеться адаптуватися у вигляді ухвалення відповідних рішень і дій, та «лакмусового папірця», який демонструватиме рівень якості управління (наскільки управлінські рішення й дії виявилися адекватними ситуації).

Гармонізація функціонування окремих компонентів системи управління як сукупності взаємопов'язаних і взаємодіючих компонентів неможлива без своєчасного ефективного реагування на інформаційні імпульси, що надходять у систему ззовні – на вході, їхньої переробки й надсилання вироблених інформаційних імпульсів на виході із системи. Через використання прямих і зворотних зв'язків вона на різних рівнях поєднує впливи процесів соціального середовища на функціонування й діяльність соціальних і політичних інститутів та владних центрів.

Т. Гранчак у зв'язку з цим у монографії «Бібліотека і політична комунікація» звертає увагу на акцентування американським політологом К. Дойчем ролі уряду як суб'єкта державного управління, який розглядається як структура з прийняття рішень на підставі різних потоків інформації. Ззовні чи безпосередньо із системи надходить інформація, що приймається структурами-«приймачами». На цьому рівні відбувається відбір і первинна обробка інформації, яка після цього аналізується, систематизується, структурується, творчо переосмислюється блоком «пам'яті і цінностей». Саме тут здійснюється порівняння нової інформації з попередньо накопиченою, перевіреною досвідом, з тими ідеями, цінностями й цілями, що вироблені даним соціумом і домінують у ньому. Опрацьована таким чином інформація стає базою для прийняття потрібних рішень «центром прийняття рішень». Ухвалені рішення у вигляді указу, розпорядження, інструкції тощо надходить до виконання структурам-«виконавцям» [3, с. 25–26].

Варто додати, що ефективність урядових рішень, можливість їхньої потенційної реалізації значною мірою залежать від ступеня підтримки уряду суспільством, від оцінок громадськістю його дій і політики. Можна цілком погодитися з Г. Почепцовим у його формулюванні основного правила для владних структур: «Уряд має працювати ефективно, і населення має бути переконано, що уряд працює ефективно» [14]. Формування ж громадської думки відбувається шляхом поєднання, з одного боку, свідомих цілеспрямованих інформаційних впливів на суспільство з боку органів державного управління, а з іншого – інформаційно-комунікаційних обмінів усередині самого суспільства, між його окремими структурами, групами й окремими індивідами.

Циркуляція інформації та обмін нею в системі державного управління, зокрема сукупність відомостей про зміни в самій системі, формують мережу комунікаційних потоків, здатних посилювати чи послаблювати організаційну структуру секторів органів влади. Інформаційні ресурси слід розглядати в єдності – як засіб підвищення ефективності діяльності владних структур і водночас інструмент, за допомогою якого відбувається систематична оцінка цієї діяльності шляхом моніторингу, аудиту та оцінювання. Також використання нових, електронних інформаційних технологій у державному управлінні має значно знизити витрати на здійснення виробничих процесів, прискорить виконання функціональних обов'язків, гарантуватиме точність при збереженні й передачі даних, тобто підвищить ефективність і результативність управлінської діяльності.

Удосконалення інформаційно-комунікаційної діяльності є важливою складовою процесу якісного вдосконалення державного управління, оскільки вона дає змогу на більш високому рівні гармонізувати цілі держави і громадян, що в результаті приводить до прийняття ефективних політичних і управлінських рішень. Г. Почепцов виділяє такі функції інформаційно-комунікативної діяльності в державному управлінні:

- функція обміну, створення інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими організаціями, працівниками і громадськістю забезпечення ефективного обміну інформацією між ними;
- координуюча, тобто узгодження цілей і завдань діяльності, координації дій;

– креативна, яка полягає в тому, що інформація не просто передається, а й формується, що є важливим моментом у контексті ухвалення політичних (управлінських) рішень;

– керуюча, адже завдяки комунікації, можна регулювати не тільки діяльність державних органів і установ, а й впливати на поведінку інших людей;

– регулююча – регулювання й раціоналізація інформаційних потоків у системі державного управління;

– стабілізуюча – забезпечення стабільного функціонування соціальної системи;

– мобілізаційна, спрямована на отримання підтримки і схвалення суспільства з приводу прийнятих політичних (управлінських) рішень;

– інтегруюча, пов'язана із здійсненням такої державної політики, яка б враховувала інтереси всіх елементів суспільної системи, сприяла виробленню і прийняттю узгоджених управлінських рішень;

– функція соціалізації, що пов'язана із засвоєнням у процесі інформаційного обміну соціально-політичних норм, цінностей і традицій, підвищенням рівня політичної компетентності громадян [13, с. 36–48].

Сьогодні в умовах глобалізації інформаційного простору й поширення електронних інтернет-технологій найбільш сприятливим середовищем для обміну інформацією є соцмережі у структурі соціальних медіа. На їхній специфіці й перевагах, порівняно із традиційними інструментами здійснення процесу комунікації, наголошували такі дослідники, як О. Онищенко, В. Попик, Т. Гранчак, Ю. Половинчак, Л. Чуприна, Д. Губанов, Д. Новиков, А. Чхартишвили, Є. Морозов, К. Ширки (С. Shirky), Д. Блосом (J. Blossom), Р. Браун (R. Brown), П. Джиллін (P. Gillin) та ін.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.]. – К., 2013. – 250 с.; *Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г.* Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / под. ред. Д. А. Новикова. – М.: Изд-во физ.-мат. лит., 2010. – 228 с. – Режим доступа: <http://www.academia.edu/779175/>; *Morozov E.* The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. – NY.: Public Affairs, 2012. – 448 p.; *Shirky C.* Here Comes Everybody: How Change Happens When People Come Together. – Penguin, 2009. – 352 p.; *Blossom J.* Content nation: surviving and thriving as social media changes our work, our lives, and our future. – Indianapolis, IN: Wiley Technology Pub., 2009. – 348 p.; *Brown R.* Public relations and the social web: using social media and Web 2.0 in communications. – London; Philadelphia: Kogan Page, 2009. – 182 p.; *Gillin P.* The new influencers: a marketer's guide to the new social. – Sanger, CA: Quill Driver Books; Word Dancer Press. – 2007. – 236 p.



У зв'язку з прискореним розширенням соціальних функцій цих способів інформаційних обмінів сьогодні актуалізується визначення найбільш ефективних шляхів застосування інструментарію соцмереж у розвитку суспільства, що є важливим чинником підвищення продуктивності праці в інформаційній сфері. Ця проблема активно розробляється рядом дослідників<sup>2</sup>. Зокрема, автори монографії «Соціальні мережі: моделі інформаційного впливу, управління і протидії» Д. Губанов, Д. Новиков та А. Чхартишвілі на основі моделі інформаційного впливу дослідили ці процеси й запропонували методики впливу на користувачів соціальних мереж з метою формування заданої авторами точки зору, що спирається на підвищені репутації суб'єкта впливу шляхом висловлювання «популярних» у групі думок як основи для «вкидання» відповідної інформації в мережу. Фактично, у цьому випадку йдеться про технології розробки маніпулятивних технологій з використанням можливостей соціальних мереж.

В основі визначення цілей управління в реальному суспільному житті має бути не формування, а з'ясування суспільних потреб, для чого використовується механізм зворотного зв'язку, іншим призначенням якого є оцінювання ефективності управлінських дій. Саме з цих позицій варто розглядати можливості використання технологій соціальних медіа в управлінні. При цьому зауважимо, що наявність інформації про мету, цілеспрямованість інформації є основоположною для процесу управління ризою. Інформація про мету відіграє роль своєрідної діалектичної ланки, що інтегрує в єдине системне ціле компоненти соціально-управлінської діяльності. Вона зв'язує не тільки інформацію про потреби й інформацію про результат, а й інформацію про засоби, тому що останні повинні відповідати певним цілям.

---

<sup>2</sup> Зуев А. С., Федянин Д. Н. Модели управления мнениями агентов в социальных сетях // Проблемы управления. – 2011. – № 2 – С. 37–45. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/modeli-upravleniya-mneniyami-agentov-v-sotsialnyh-setyah>; Крикунов А., Литвинов Д. Формирование общественного мнения через социальные сети, как способ влияния на политические решения // Центр анализа террористических угроз. – 2012. – 27.08. – Режим доступа: <http://www.catu.su/analytics/358-formirovanie-obwestvennogo-mnenija-cherez-socialnye-seti-kak-sposob-vlijaniya-na-politicheskie-resheniya>; Губанов Д. Анализ социальных медиа. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2013/04/19/1297642385/Анализ%20социальных%20сетей%20%28%20HSE%29.pdf>; Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и протидії / под. ред. Д. А. Новикова. – М.: Изд-во физ.-мат. лит., 2010. – 228 с. – Режим доступа: [http://www.academia.edu/779175\\_...](http://www.academia.edu/779175_...)

Інформаційний процес визначення цілей управління потребує як адекватного інформаційного відображення об'єктивної дійсності, так і урахування інформації про суспільні потреби та їхню пріоритетність. Виявлення і визначення інформації про головні цілі більш важке тому, що в сучасних умовах змінюється безпосередньо й характер управлінських цілей: великі, генеральні цілі стають комплексними, багатоцільовими. Кожна така мета, скажімо, інтенсифікація, розділяється за глибиною інформації, і в результаті формуються ієрархічні інформаційні сходи цілей.

З урахуванням важливості визначення цілей першочергового значення набуває оцінка поточного стану системи відносно зовнішнього середовища, яка здійснюється на підставі аналізу інформаційних імпульсів, що надходять ззовні у вигляді вимог і підтримки, а також внутрішньої інформації.

На основі оцінки поточного стану системи відбувається усвідомлення суб'єктом управління першочергових і перспективних потреб та інтересів – як системи в цілому, так і власних як керуючого елемента системи. При цьому ступінь адекватності визначення суб'єктом своїх стратегічних і нагальних потреб значною мірою залежить від того, наскільки повним сформується його уявлення про процеси, що відбуваються в суспільстві, державі і світі, тобто від ступеня його перебування в інформаційному контексті суспільно-політичних процесів. Останнє напряму залежить від знову таки джерельно-інформаційної бази. У випадку отримання неточної, неповної, викривленої інформації суб'єкт управління формує хибне уявлення про перебіг суспільно-політичних або соціально-економічних процесів, визначає хибні цілі, що в підсумку призводить до невідповідності управлінської діяльності суспільним потребам і системних криз. Отже, першочерговою умовою ефективного управління є формування якісної джерельно-інформаційної бази управлінської діяльності, одним з компонентів якої є результати моніторингу національного сегмента інформаційного простору. У цьому випадку – інформаційного простору соціальних медіа.

Звертає на себе увагу той факт, що з використанням цих підходів дослідниками реалізуються також завдання інформаційного протиборства – взаємодії декількох керуючих суб'єктів (центрів), які здійснюють інформаційні впливи на агентів у мережі. Так, 27–28 серпня 2012 р. рядом російських ЗМІ («Интерфакс», «Эхо Москвы», «Российская газета», «Политгазета» та ін. з посиланням на інформацію видання «Коммерсантъ») повідом-

лялося про розробку Службою зовнішньої розвідки (СЗР) Росії нових методик моніторингу блогосфери з метою формування громадської думки в соціальних мережах, зокрема про проведення в січні – лютому 2012 р. СЗР трьох тендерів на дослідження з кодовими позначеннями «Шторм-12», «Монітор-3» і «Диспут».

З текстів трьох конкурсних завдань, які потрапили до журналістів, випливало, що держзамовник ФКУ «Військова частина № 54939», яка входить до системи СЗР, запросив розробити програми для «дослідження методів розвідки інтернет-центрів і регіональних сегментів соціальних мереж» (шифр «Диспут») на 4,41 млн р., «дослідження методів негласного управління в інтернеті» (шифр «Монітор-3») на 4,99 млн р., а також провести науково-дослідну роботу з розробки «засобів просування спеціальної інформації в соціальних мережах» (шифр «Шторм-12») на 22,8 млн р.

Як пояснюється в матеріалах ЗМІ, згідно з планами, на першому етапі було передбачено моніторинг блогосфери системою «Диспут», яка повинна займатися «дослідженням процесів формування співтовариств інтернет-центрів поширення інформації в соціальних мережах» та «визначенням факторів, що впливають на популярність і поширення відомостей».

На другому етапі отримана інформація мала аналізуватися системою «Монітор-3». Її завдання – «розроблення методів організації та управління в Інтернеті віртуальним співтовариством залучених експертів, що передбачають постановку завдань, контроль роботи в соціальних медіа й регулярне отримання від експертів інформації в заданих предметних областях».

Третім етапом мало стати надсилання на основі отриманих даних потрібної інформації в соцмережі системою «Шторм-12».

Розробниками очікувалося, що системи «Монітор-3» і «Диспут» будуть готові вже в 2012 р., а «Шторм-12» – у 2013 р. За словами джерела видання, після завершення розробки розпочнуться попередні випробування, які повинні будуть довести ефективність системи. Повідомлялося, що ці розробки будуть випробувані на першому етапі в країнах Східної Європи, що входили до складу Радянського Союзу.

У літературі публікується також й інша інформація про такого роду дослідження. Як уже говорилося вище, у цьому випадку йдеться про вивчення й застосування маніпулятивних можливостей соцмереж у розвитку технологій інформаційних воєн. З позиції інформативної, пізнавальної

такого роду технології не є інформативними, оскільки відображення реальних подій і явищ у них використовується не як основна, а як похідна складова, як засіб забезпечення достовірності орієнтованого на об'єкт впливу матеріалу.

#### **4.2. Моніторинг соціальних медіа як інструмент зворотного зв'язку в системі управління**

Такі характеристики соціальних медіа, як оперативність, онлайн-доступ, персоналізована комунікація, анонімність, простота функціоналу сприяють залученню до процесу користування ними широких громадських мас і, як доводять дослідження, кількість користувачів соціальних медіа має тенденцію до зростання [17]. При цьому не менш важливим є те, що в соціальних медіа представлене найбільш соціально активне населення, яке має доступ до комп'ютера й розуміється на технологіях Web2, на яких ґрунтується функціонування соцмереж. Серед користувачів – відомі політики, суспільні активісти, лідери думок – журналісти, блогери, громадські й культурні діячі. Причому організувати обговорення певної проблеми такою строкатою аудиторією в мережі набагато простіше, ніж у реальному житті. Таким чином, інформаційний моніторинг соцмедіа відобразатиме не просто суспільну думку, а позицію найбільш активного в соціальному відношенні суспільного сегмента, здатного активно відстоювати свої інтереси й потреби не лише у віртуальному, а й у реальному світі. Останнє надає результатам такого моніторингу додаткового значення.

Система інтернет-моніторингу дає змогу якомога раніше зрозуміти можливі проблеми і спробувати мінімізувати негативні наслідки при економічному витрачанні часових ресурсів управлінських структур. Інтернет-моніторинг є ефективним інструментом при проведенні антикризових заходів, адже останнім часом реакція громадськості в першу чергу проявляється саме в Інтернеті, з огляду на що своєчасне виявлення електронних публікацій відповідного характеру дає можливість оперативно відстежити тенденції, які намічаються, і вжити необхідних заходів.

Моніторинг соціальних мереж може здійснюватися в ручному режимі або автоматично за допомогою спеціальних програм і платформ.

Доцільність вибору між ручним і автоматичним визначається кількістю контенту, який створюється в соціальних медіа. Кількість контенту, тобто ступінь обговорюваності проблеми, події, рішень і дій владних структур, політиків і політичних партій в Інтернеті, у першу чергу залежить від того, наскільки ці проблеми, події, рішення й дії є значущими, яке їх громадське охоплення, наскільки вони стосуються життя кожного. Наприклад, кількість відгуків про якість мобільного зв'язку завжди буде більшою, ніж кількість відгуків про будівництво нафтових споруд. Активність безпосередньо суб'єкта управління в Інтернеті та його готовність іти на контакт із представниками громадської думки також має позитивний вплив на ступінь активності обговорення питання.

Моніторинг як у ручному, так і в автоматичному режимі здійснюється за допомогою використання спеціальних сервісів, утім автоматичний моніторинг має ряд переваг, серед яких Д. Халілов відзначає:

- перманентність (відстеження ведеться постійно, у будь-який момент можна отримати дані станом на поточний момент);

- збережені параметри (на відміну від ручного, у випадку з автоматичним моніторингом немає необхідності щоразу заново вводити параметри моніторингу [запити, платформи тощо] – налаштування здійснюється один раз, а потім за необхідності лише коригується);

- глибокий моніторинг (у випадку з відстеженням вручну може виявитися проблематичним моніторинг із хронологічною глибиною в кілька років. Наприклад, «Яндекс.Блоги» найчастіше не дає змоги переглядати велику кількість сторінок результатів пошуку, натомість автоматичні системи дозволяють обходити це обмеження);

- автоматичну систематизацію даних (при ручному моніторингу отриману інформацію необхідно самостійно систематизувати й заносити в таблиці);

- аналіз отриманих даних (автоматичні системи самі здатні аналізувати дані, зокрема визначати тональність згадувань);

- формування звітів (у більшості систем моніторингу існує можливість генерації звітів на підставі отриманих даних і їхнього аналізу. Зокрема, у ці звіти входить графічне представлення інформаційного поля, діаграми, що дають змогу наочно продемонструвати зміну його обсягу та якості в динаміці, порівняння з опонентами, співвідношення позитивного й негативного інформаційних полів) [19].

У підсумку автоматичний моніторинг дає можливість, по-перше, значно знизити трудовитрати за рахунок автоматизації рутинних процесів, по-друге, досягти високої точності за рахунок кращої систематизації даних і використання істотної кількості інструментів аналітики.

Проте в деяких випадках доцільніше все ж таки використовувати ручний моніторинг, зокрема:

- якщо кількість згадок за темою моніторингу в досліджуваних обсягах інформації не перевищує п'яти на день;
- якщо єдине актуальне завдання моніторингу – негайне реагування на негатив, щойно він з'являється.

Що стосується технологічних аспектів здійснення ручного моніторингу, то для отримання необхідних результатів використовується можливість пошукових запитів через різні пошукові системи, а також відібрана шляхом «ручного» моніторингу й аналізу дискусійних мережевих майданчиків (окремих ресурсів, блогів, сторінок, груп, співтовариств, стін користувачів) безвідносно до ключових слів й існуючих тегів. Інтерпретується отримана вибірка також виключно аналітиком за визначеними безпосередньо ним критеріями, із застосуванням доступних йому програмних засобів (наприклад, графіки й діаграми доводиться будувати самостійно, використовуючи Excel, а не отримувати візуалізацію даних автоматично).

Ручний моніторинг дає змогу працювати з будь-якими завданнями та отримувати не тільки репрезентативну й релевантну вибірку користувальницьких текстів, а й увесь обсяг текстів, які відповідають обраним критеріям узагалі. Але трудовитрати і вимоги до кваліфікації аналітиків роблять його надзвичайно витратною, а часом і просто неможливою розкішшю.

При цьому все одно доводиться використовувати ті чи інші інструменти, або ті чи інші програмні рішення, серед яких варто виділити такі, як пошукові платформи Google Alert (<http://www.google.com/alerts?hl=uk>) та «Яндекс. Блоги» (<http://blogs.yandex.ru>).

Google Alert (сповіщення Google) – це оновлення електронною поштою щодо останніх відповідних результатів пошуку Google (Інтернет, новини, блоги тощо) на основі заданого запиту. Налаштування сервісу відбувається шляхом заповнення таких полів:

- пошуковий запит (вводяться ключові слова пошуку);

- тип результатів (де надається можливість обмежити пошук інформацією новинних сайтів, блогів, відео, обговорень, книг або ж здійснювати пошуковий запит за усіма рубриками);
- мова (можна обрати лише одну з багатьох);
- регіон (де є можливість зазначити лише одну країну з багатьох і без можливості регіонального уточнення запиту щодо країни);
- частота надсилання (можна обрати режим надходження відібраної інформації: одразу, раз на день, раз на тиждень);
- кількість (можливість переглядати всі або найкращі результати пошуку);
- доставка (електронна адреса).

У випадку введення пошукового запиту на відстеження певної інформації сервіс також забезпечує можливість миттєвого попереднього перегляду результатів, які буде надіслано у відповідь на зроблений пошуковий запит.

Що стосується сервісу «Яндекс.Блоги», то на сьогодні у світі відсутні його повноцінні аналоги. Сервіс індексує кілька десятків мільйонів російськомовних блогів, мікроблогів і форумів. При цьому записи з часто оновлюваних ресурсів індексуються кілька разів на годину, рідко оновлювані блоги індексуються кілька разів на добу. Отже, у базі «Яндекс.Блоги» завжди наявна максимально актуальна інформація з публікацій у блогах, що робить його ідеальним сервісом для моніторингу.

Важливою особливістю пошуку «Ядекса» блогами є те, що за замовчуванням результати пошуку ранжуються не за релевантністю запиту (як у звичайному пошуку), а за хронологією. Тобто чим менше часу пройшло після публікації поста, тим вище він виявиться в переліку представлених результатів. Таким чином, на перших сторінках результатів пошуку, як правило, зібрана найбільш свіжа інформація за запитом. Такий підхід відповідає загальній логіці блогосфери: актуальність тієї інформації, що публікується, швидко втрачається.

У сервісі «Яндекс.Блоги» є кілька спеціальних вкладок, які дають можливість поставити фільтр на результати пошуку, зокрема:

- «популярні блоги», яка виводить у результатах пошуку тільки згадки у блогах з певним рівнем популярності (цей фільтр варто використовувати для складання списку найбільш пріоритетного реагування, оскільки

швидкість поширення інформації, у тому числі негативної, з популярних блогів на порядок вища, ніж з тих, де лише декілька користувачів;

– «блоги», яка виводить у результатах тільки згадки у блогах, цей режим виставляється за замовчуванням;

– «мікроблоги» – виводить у результатах тільки згадки на сервісах мікроблогів (Twitter, «Рутвен» тощо);

– «коментарі» – виводить у результатах тільки згадки в коментарях до записів;

– «форуми» – виводить у результатах тільки згадки на форумах (за замовчуванням пошук форумами не ведеться);

– «усі блоги і форуми» – максимально повні результати пошуку, виводяться всі згадки на всіх індексованих майданчиках.

Крім того, у сервісі «Яндекс.Блоги» можна використовувати специфічну «мову запитів», щоб зробити пошук максимально точним. Наприклад, можна задати пошук за певною фразою, у якій слова розташовані послідовно в точному порядку, або пошук цитати з пропущеним словом («прибув \* посол»), слів у межах одного речення («політика & мистецтво») або в межах одного документа («Україна && кордон») тощо.

Д. Халілов виокремлює такі етапи у ручного моніторингу через сервіс «Яндекс.Блоги» [19].

Крок 1. У пошукове вікно послідовно вводяться запити для моніторингу.

Крок 2. Щодо кожного запиту аналізуються дані за період, що минув з моменту попереднього моніторингу.

Крок 3. Виділяються згадки, що потребують негайного реагування.

Крок 4. Отримані дані заносяться в спеціальну таблицю.

дата	запит	Посилання	майданчик	блогер	назва поста	тональність згадки	інфопривід	реакція аудиторії (кількість коментарів)	необхідність реагування



Утім, таке докладне зведення потрібне лише в тому випадку, якщо одержувані дані планується аналізувати. Автоматизований моніторинг передбачає, що всі параметри пошуку вводяться в систему моніторингу, яка потім сама аналізує соціальні мережі і блоги та видає готовий звіт.

На сьогодні ринок систем автоматичного моніторингу соціальних мереж і блогів характеризується різким зростанням: постійно з'являються нові сервіси. Насамперед це пов'язано з активним використанням інформації соціальних мереж управлінськими структурами, а також з поступовим ускладненням завдань, які вони ставлять у цьому середовищі.

Автоматичний моніторинг представлений рядом сервісів: IQBuzz, YouScan, «Крібрум», Wobot, SemanticForce та ін. Основні завдання, що стоять перед системами автоматичного моніторингу, полягають у широті охоплення пошуку і швидкості відображення інформації в сервісі.

Дослідниками виокремлюються такі загальні етапи в алгоритмі автоматичного моніторингу:

Крок 1. Аналіз предметної області й підбір семантичного ядра.

Згідно з отриманим запитом проводиться аналіз тематики моніторингу й пошук активних майданчиків соціальних медіа. Аналізуються пости цих майданчиків і визначається масив тематичного тексту.

Крок 2. Налаштування кампанії з моніторингу.

На підставі кількісного представлення тексту формується пошуковий запит з використанням тематичних ключових слів. Він може бути скоригований стоп-словами для відсікання нерелевантних результатів пошуку. Ключові слова і стоп-слова можуть змінюватися і/або додаватися на подальших етапах. При цьому задається певний часовий проміжок.

Крок 3. Запуск кампанії, здійснення пошуку.

За допомогою сформованого пошукового запиту здійснюється пошук інформації соціальних медіа у визначеному часовому проміжку.

Крок 4. Коригування пошукового запиту.

Здійснюється перевірка «шумності» (кількості нерелевантних результатів) відібраної у процесі пошуку інформації. У випадку високого рівня «шуму» необхідно на підставі його аналізу скоригувати ключові і/або стоп-слова й повернутися до другого кроку (налаштування кампанії з моніторингу). У випадку низького рівня «шуму» складається зведена таблиця думок соціальних медіа, яка містить посилання на публікацію, профіль

автора, вказівку на кількість коментарів, загальну тональність висловлювання (позитивне, негативне, нейтральне), за необхідності – вказівку на тематику тощо.

Крок 5. Відстеження результатів із заданою періодичністю.

Періодичний повтор кроків 3–4.

Крок 6. Аналіз результатів і складання звіту.

Зведена таблиця думок блогосфери аналізується, на її підставі складається звіт про моніторинг [10, 19].

При дослідженні результатів моніторингу використовується семантичний аналіз тексту, який звертається до змістовної сторони згадок: аналізу піддається зміст текстів повідомлень, види, складність і набір характеристик об'єктів аналізу, типи зв'язків об'єктів між собою тощо для отримання повноти уявлень про спектр думок користувачів соціальних медіа з конкретного приводу. У цілому, аналіз текстів соцмереж і блогосфери дає змогу відповісти в рамках конкретної теми на такі питання:

- яка інформація про подію переважно циркулює в соціальних медіа, які події впливають на масштаби й інтенсивність дискусій;
- яка динаміка масштабів обговорень теми й підтем, існуючих в її рамках;
- які питання, пов'язані з темою, привертають увагу аудиторії. Як розподілені теми й підтеми в рамках цільової аудиторії;
- яка кількість представників аудиторії впливає на обговорення теми й чому;
- яка частка позитивних/нейтральних/негативних коментарів у загальному обсязі обговорення. Що саме викликає позитивну й негативну реакцію аудиторії;
- особливості дискурсу в рамках обговорюваної теми (меми, жаргонізм тощо).

При цьому для забезпечення ефективності проведення моніторингу й системного вирішення поставлених перед ним завдань Д. Халілов у монографії «Маркетинг у соціальних мережах» обґрунтовує доцільність організації трірівневої системи моніторингу, яка складається з перманентного (перший рівень), періодичного (другий рівень) і стратегічного (третій рівень) моніторингів.

Перший рівень моніторингу дає змогу оперативно реагувати на негативну інформацію, щойно вона з'являється в інформаційному просторі

соціальних медіа, а також вирішувати питання, які будуть актуальними короткий термін. Залежно від кількості згадувань такий моніторинг здійснюється від трьох до десяти разів на день. При цьому моніторинг першого рівня не потребує глибокої аналітики. Ряд автоматичних сервісів надає можливість отримувати повідомлення при появі публікацій, у яких пошукова тема згадується з певними словосполученнями. При виявленні сервісом таких згадок замовник отримує повідомлення у вигляді електронного листа, повідомлення в Skure або SMS на вказаний номер телефону.

Головне завдання періодичного моніторингу – проаналізувати тенденції в інформаційному полі за минулий період (як правило, береться відрізок часу від одного до чотирьох тижнів). Зокрема, визначити, з якими інформаційними приводами найчастіше згадувалася пошукова проблематика за минулий період, які події були сприйняті позитивно, а які негативно, наскільки збільшилася/зменшилася кількість згадок пошукової теми за минулий період, наскільки змінилося співвідношення позитивних/негативних згадок. Отже, завдання другого рівня моніторингу – визначення динаміки змін інформаційного поля стосовно пошукової проблематики.

Відповідно до отриманої статистики виділяються основні тенденції за минулий період, складається карта потенційних небезпек, а також коригується стратегія підвищення лояльності [19].

Завданням стратегічного моніторингу є осмислення загального інформаційного поля навколо пошукової проблематики, основних тенденцій, закономірностей, потенційних можливостей і небезпек. При цьому аналізується весь масив даних, отриманих у результаті моніторингу без обмеження конкретним періодом. Також на цьому рівні створюється «досьє» на кожного лідера думок. З одного боку, серед них виділяються максимально лояльні, ті, хто частіше за інших згадують окреслені моніторингом проблеми в позитивному ключі. Надалі саме з них можуть з'являтися так звані «адвокати питання» – люди, які самі поширюватимуть потрібну замовнику інформацію. Крім того, такі користувачі зазвичай охоче беруть участь в акціях й інших заходах, пов'язаних із цікавою для них тематикою. З іншого боку, виділяються «агресори» – користувачі, які часто публікують негативну інформацію, що стосується питань моніторингу. Відповідно, для них задіюються довгострокові кампанії з побудови лояльності.

Абсолютно всі показники аналізуються порівняно з попередніми періодами, що дає змогу зробити висновки про те, як змінюється ситуація в системі управління в цілому.

Так, система моніторингу й аналітики соціальних медіа Wobot (<http://wobot.ru/monitoring.html>) надає доступ до таких статистичних даних, як кількість авторів, ресурсів, показників охоплення й залучення, вираховує лідерів думок тощо. Сервіс характеризується широким охопленням джерел – 500 тис. онлайн-видань із 150 країн; соцмережі: Facebook, «ВКонтакте», Twitter, Google+ та ін.; відеоблоги: Youtube, Vimeo, Rutube й коментарі до відео; галузеві джерела: Headhunter, Ozon, «Яндекс. Market»; форуми і спеціалізовані ресурси. Система автоматично визначає тональність повідомлень (позитивні/негативні/нейтральні) і здійснює автотегування.

За будь-якими показниками Wobot здійснює візуалізацію відібраної інформації – створює діаграми, гістограми, лінійні графіки. Сервіс дає також змогу «вивантажити» звіт з будь-якої теми у зручному форматі з усіма супутніми графічними й текстовими даними.

Інший приклад системи автоматичного моніторингу – один з найбільш популярних російськомовних сервісів такого роду Brandspotter ([brandspotter.ru](http://brandspotter.ru)), який здійснює моніторинг понад 92 млн блогів та інших джерел на території Росії, України й Казахстану.

Можливості сервісу передбачають виявлення нових згадувань за пошуковою тематикою практично в режимі реального часу. При цьому так само в режимі реального часу вибудовуються графіки з динамікою згадувань, співвідношенням позитивних і негативних висловлювань, а також з відображенням порівняння ключових показників з аналогічними показниками опонентів.

Brandspotter також надає й аналізує інформацію стосовно лідерів думок. У системі можна простежити історію ставлення кожного лідера думок до пошукової проблематики: коли, скільки разів і у якій тональності він згадував ту чи іншу подію, політика, інституцію тощо. Тут же вказується популярність блогера, що дає змогу зрозуміти значущість його висловлювань. Крім того, спеціальні алгоритми Brandspotter дають змогу виявляти потенційно зацікавлених користувачів, наприклад друзів і читачів, лояльних до замовника пошуку лідерів думок.

Понад це Brandspotter збирає інформацію про кожне мережеве співтовариство, у якому з'являється згадка пошукової тематики. Зокрема, відстежуються такі показники, як кількість користувачів, загальна кількість постів і коментарів, середня кількість коментарів до одного посту, середня кількість коментарів на кожного учасника. Ці дані дають змогу ухвалювати рішення стосовно того, чи є сенс реагувати на публікацію на цьому майданчику, чи охоплення аудиторії буде мінімальним і жодних заходів уживати не потрібно.

Інформація про всі знайдені згадки за пошуковою тематикою зберігається в системі й за необхідності доступна для сортування, фільтрації за конкретними ознаками (наприклад, згадки на певній платформі або лише певної тональності) і подальшого аналізу. Brandspotter має кілька вбудованих унікальних метрик: увага (кількість користувачів, які отримали інформацію про ту чи іншу подію, політика, інституцію тощо через соціальні мережі); залучення (наскільки користувачі залучені до активної діяльності щодо питання, яке цікавить замовника моніторингу. Наприклад, у співтовариства або спеціальні промоакції); вплив (наскільки лояльно до політика, інституції або певного владного рішення ставиться аудиторія). Їх можна відстежувати як у режимі реального часу – на поточний момент, так і в динаміці зміни.

Сервіс Brandspotter передбачає функцію автоматичної генерації звітів у зручному форматі (наприклад, .xls або .pdf). При цьому є можливість налаштування, які конкретно дані будуть представлені у звіті.

Широкі можливості для здійснення моніторингу інформації соціальних медіа надає сервіс IQBuzz (<http://iqbuzz.ru>). Як зазначив керівник проекту А. Яровий, IQBuzz – один із продуктів ЗАТ «Айкумен ИБС», яке вже понад 10 років займається розробкою і вдосконаленням систем для пошуку та обробки великих масивів неструктурованої інформації Інтернету. Першою розробкою в цій сфері став продукт «Айкумена-Аналітика», який використовується, в основному, різними державними структурами, великими фінансовими установами, військовими відомствами. Ідея розробити аналогічний продукт для масових рішень реалізувалася в сервісі IQBuzz, який, на відміну від інших аналогічних систем, володіє власними пошуково-аналітичними механізмами, здійснює повнотекстовий пошук документів і виконує аналіз інформації з урахуванням російської, англійської та німецької морфології [18].

Сервіс IQBuzz обробляє інформацію з Facebook, Twitter, «ВКонтакте», LiveJournal, LiveInternet, Google +, YouTube, RuTube і багатьох інших джерел (рис. 4.1).

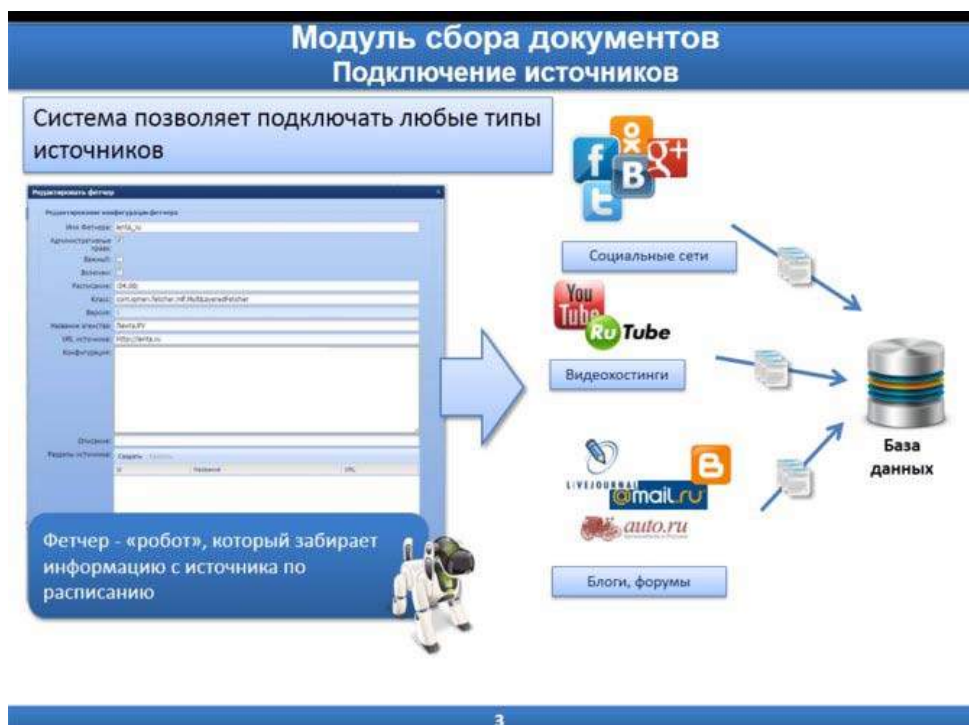


Рис. 4.1. Модель підключення джерел для збору документів сервісу IQBuzz  
Джерело: [http://iqbuzz.ru/assets/files/Functionalyne\\_vozmojnosti\\_IQBuzz.pdf](http://iqbuzz.ru/assets/files/Functionalyne_vozmojnosti_IQBuzz.pdf)

Загалом принципової відмінності в джерелах інформації немає, система може збирати інформацію з будь-яких блогів, форумів будь-якої країни й будь-якою мовою. При цьому виконується аналіз інформації з урахуванням російської, англійської та німецької морфології. Також для IQBuzz розроблений англomовний інтерфейс. Однією з ключових переваг сервісу є можливість підключення за запитом користувачів нових джерел та інтернет-ресурсів для моніторингу.

Серед завдань сервісу – збір і аналіз контенту, що створюється користувачами і їхніми групами, аналіз ступеня впливу користувачів на динаміку теми, управління репутацією в режимі онлайн, пошук і залучення прихильників, аналіз ефективності промоакцій і кампаній, виявлення очікувань громадськості, аналіз активності опонентів, аналіз думки користувачів про дії/рішення партії (структури, організації)/політиків, аналіз активності користувачів і окремих груп, відстеження незаконних і таких, що суперечать чинному законодавству, повідомлень, а також інші завдання, пов'язані з аналізом контенту й активності його авторів у соціальних медіа.

Для моніторингу кожної теми, яка цікавить замовника, створюються окремі рубрики в IQBuzz, у яких зберігаються всі документи за темами, а також формуються аналітичні звіти (рис. 4.2).

**Модуль обработки документов**  
**Автоматическая рубрикация**

Рубрикация

Проверить новые документы

Создать рубрику доступно 10

Справка

IQBuzz Система анализа  
Мнения, настроений, репутации

Рубрики

Отчеты Рубрики Документы Инфопотоки Информация о рубрике

Документы и тематичность

Документы и тематичность

Создал Ред. Удал.

Комментарии 26.11.12 4 3 3000 +1000 +8

ОНФ 08.11.12 4 3 3000 +1000 +8

Партия "Родина" 08.11.12 4 3 3000 +1000 +8

- Поступающие в Систему документы автоматически распределяются в соответствии с настроенными тематическими рубриками
- Рубрики могут содержать подрубрики

4

Рис. 4.2. Автоматична рубрикація документів сервісом IQBuzz  
Джерело: [http://iqbuzz.ru/assets/files/Functionalyne\\_vozmojnosti\\_IQBuzz.pdf](http://iqbuzz.ru/assets/files/Functionalyne_vozmojnosti_IQBuzz.pdf)

Основним параметром при налаштуванні рубрик є пошуковий критерій для документів, які повинні в цю рубрику потрапляти. Для того щоб задати пошуковий критерій, може бути використаний простий пошук за ключовими словами або розширений пошук на «мові запитів» IQBuzz, який дає змогу формувати пошукові конструкції будь-якої складності.

Модуль обробки документів IQBuzz передбачає можливість визначення типу джерела, звідки отримано документ (коментар, пост, форум, соцмережі, відео, мікроблог, новина), релевантності (ступеня відповідності документа налаштуванням тематичної рубрики), охоплення (кількості інтернет-користувачів, які могли ознайомитися з документом – фактично або потенційно), кількості коментарів до документа, кількості користувачів, яким сподобалася інформація, яка міститься в документі, кількості користувачів, які поділилися цією інформацією – поширили цей документ.

Сервіс IQBuzz може автоматично виділяти згадки пошукової теми в позитивному й негативному контекстах. Цей алгоритм побудований на присутності в тексті негативних/позитивних слів і фраз у безпосередній близькості від згадки об'єкта моніторингу. За результатами такого аналізу система «приймає рішення» про присвоєння документу одного з чотирьох можливих маркерів тональності: негативного, позитивного, змішаного або нейтрального. Змішана тональність характеризується наявністю в тексті як негативу, так і позитиву. У нейтральних документах узагалі відсутнє будь-яке емоційне забарвлення щодо об'єкта. При цьому у випадку незгоди з оцінкою тональності системою є можливість встановити власну виправлену оцінку вручну (рис. 4.3).

Модуль аналізу інформації IQBuzz передбачає автоматичне визначення «інфоприводів» – виділення найбільш значущих подій за визначеною тематикою за обраний період часу. Система також дає змогу проводити категоризацію документів, підбираючи до них відповідні теги<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Тег (англ. tag) – у системах обробки інформації – ознака даних; (релевантне) ключове слово або термін, що асоціюється або надається фрагменту інформації (зображенню, географічній карті, відео, аудіо тощо), описуючи в такий спосіб фрагмент і даючи змогу здійснювати класифікацію на основі ключових слів і пошук інформації. Теги використовуються для таких ресурсів, як комп'ютерні файли, веб-сторінки, цифрові зображення, закладки тощо (Великий тлумачний словник сучасної української мови : [250000 сл. та словосполучень з дод. та доп.] / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с. – С. 1443; Вікіпедія. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Тег\\_%28метадані%29](http://uk.wikipedia.org/wiki/Тег_%28метадані%29).



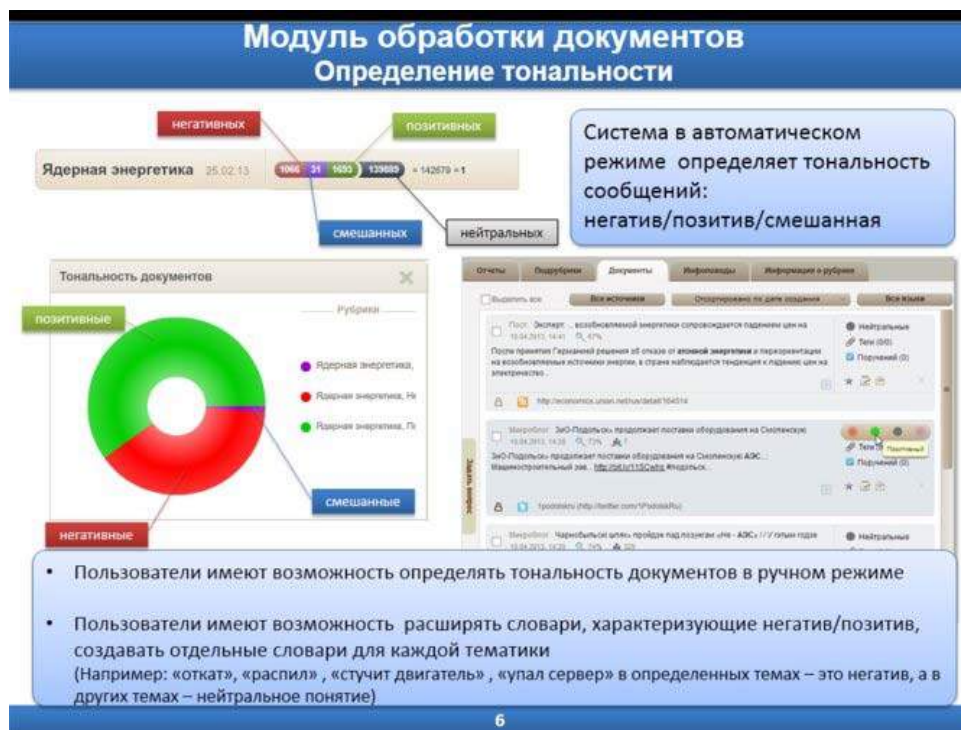


Рис. 4.3. Визначення тональності згадок пошукової тематики сервісом IQBuzz

Джерело: [http://iqbuzz.ru/assets/files/Funksionalnye\\_vozmojnosti\\_IQBuzz.pdf](http://iqbuzz.ru/assets/files/Funksionalnye_vozmojnosti_IQBuzz.pdf)

«Тегування» документів використовується для виділення фактів, швидкого пошуку інформації й побудови аналітичних звітів.

Окремо системою аналізуються дані авторів відібраного в процесі моніторингу контенту, зокрема звертається увага на стать, вік і місце розташування авторів. Сервіс дає змогу виділити і відслідковувати найбільш активних авторів за певною тематикою, причому сортування авторів можливо як за кількістю повідомлень, так і за масштабами аудиторії цього автора (кількість його підписантів, фоловерів, друзів). Також система дає змогу визначати майданчики, де обговорення пошукової тематики відбувається найбільш активно.

За знайденими в IQBuzz документами можливо побудувати графічні звіти, отримуючи в підсумку структурований джерельний матеріал для аналітики (понад 15 звітів для візуальної аналітики). Звіти можна побудувати

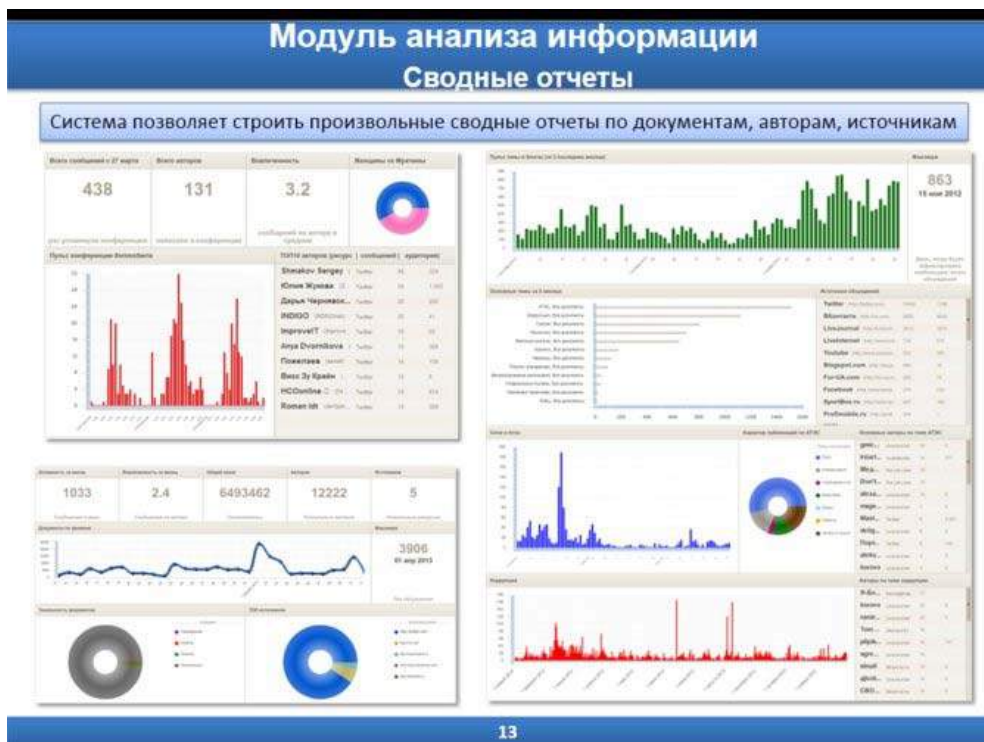


Рис. 4.4. Зведені звіти сервісу IQBuzz

Джерело: [http://iqbuzz.ru/assets/files/Functionalyne\\_vozmojnosti\\_IQBuzz.pdf](http://iqbuzz.ru/assets/files/Functionalyne_vozmojnosti_IQBuzz.pdf)

як щодо однієї конкретної рубрики, так і декількох рубрик одночасно, що дуже зручно для проведення порівняльного аналізу. Усі звіти в IQBuzz є інтерактивними, тобто такими, що забезпечують можливість зручного переходу з одного звіту в інший з метою деталізації даних (drill-down) (рис. 4.4). Отже, методика проведення моніторингу інформації соціальних медіа за допомогою сервісу IQBuzz передбачає:

- складання динаміки згадуваності, виявлення сплесків обговорень;
- виявлення й розподіл основних тем згадуваності;

- визначення лідируючих майданчиків згадуваності;
- визначення соціально-демографічного розподілу;
- опрацювання тональності повідомлень;
- визначення тематики позитивних і негативних повідомлень, приклади повідомлень;
- виявлення лідерів обговорень;
- складання висновків і рекомендацій з роботи в соціальних медіа.

Як зазначив керівник проекту А. Яровий, компанія навчає своїх замовників не лише користуванню IQBuzz, а й технологіям грамотної роботи з отриманою інформацією, адже для забезпечення реальної користі від моніторингу соціальних медіа важливо вбудувати його в процес управління. За словами А. Ярового, сервіс налаштовується під завдання користувача і, у разі необхідності, для виконання замовлення проводяться аналітичні дослідження.

Крім використання сервісу, компанія пропонує своїм замовникам участь у безкоштовних вебінарах, присвячених питанням моніторингу соціальних медіа: роботі з негативною інформацією в соціальних медіа, аналізу опонентів у мережі, пошуку прибічників в Інтернеті [18].

Висвітлення можливостей і потенціалу систем автоматичного моніторингу потребує також розгляду специфічних характеристик сучасного мережевого середовища, які можуть мати негативний вплив на якість результатів використання таких сервісів – недостовірність інформації, яка розміщується користувачами соцмереж, збільшення кількості ботів <sup>4</sup>, фактів тролінгу <sup>5</sup>, інформаційні «вкиди», що в результаті може впливати на якість отриманої в підсумку аналітики.

Так, редактор The Guardian К. Елліотт написав статтю про те, що форум видання з коментарями до статей на українську тематику заповнили тролі. Більшість ботів зареєстровані в лютому 2014 р., їх відрізняють агресивні, багаторазові коментарі не дуже «чистою» англійською мовою на підтримку

---

<sup>4</sup> Роїбот, або бот, а також інтернет-бот, www-бот і т. п. (англ. bot, скор. від чеського robot) – спеціальна програма, що виконує автоматично і/або за заданим розкладом якісь дії через ті ж інтерфейси, що і звичайний користувач.

<sup>5</sup> Тролінг, рідше троління – при спілкуванні через комп'ютерну мережу – нагнітання учасником спілкування (тролем) гніву, конфлікту шляхом прихованого або явного задирання, приниження, образи іншого учасника або учасників, часто з порушенням правил сайту й, іноді неусвідомлено для самого тролля, етики мережевої взаємодії.

В. Путіна. «Модератори, які мають справу з 40 тис. коментарів на день, вважають, що є організована прокремлівська кампанія», – пише К. Елліотт [11].

Німецьке видання *Die Welt*, у свою чергу, зазначає, що Росія активно взялася за пропаганду в німецькому інформаційному просторі, розгорнувши війну проти німецьких ЗМІ. Як заявив глава Федерального відомства з охорони Конституції Х.-Г. Маассен, російські спецслужби не тільки займаються пошуком інформації, а й намагаються впливати на громадську думку в Німеччині. За інформацією газети, кампанії тепер проводять у мережі проти «редакцій західних газет і телеканалів».

На форумах і в соціальних мережах «хвилями» з'являються численні коментарі, зміст яких «завжди один і той самий», пише Х.-Г. Маассен, наводячи як приклад кілька висловлювань, зокрема таке: «У черговий раз фашистський уряд в Європі намагається заморити голодом людей у Східній Європі» (ідеться в цьому випадку про новий уряд у Києві, пояснює автор). Або: «Ганебне цькування Путіна й Росії» [15].

Польське видання *Rzeczpospolita* також зазначає, що *Washington Post* і *Guardian* оголосили війну користувачам мережі, які на гроші Кремля пишуть проросійські коментарі на західних форумах, навмисно починають сварки і створюють напружену атмосферу. За інформацією видання, діяльність таких користувачів фінансується компанією, таємно пов'язаною із Кремлем. Вони діють також на форумах *New York Times*, *CNN*, *The Huffington Post*. Про присутність російських тролів, що фінансуються Кремлем, поінформували хакери *Anonymous International*. Вони отримали докази того, що дії проплачених користувачів мережі контролювало агентство інтернет-досліджень, яке розташоване в передмісті Санкт-Петербурга. Хакери зламали електронну пошту співробітників і виклали в мережу звіти про їхню діяльність, адресатом яких є Володін. Видання припускає, що йшлося про заступника глави адміністрації президента РФ В. Володіна.

У матеріалі констатується, що в обов'язки кожного троля петербурзької компанії входило написання мінімум 50 коментарів під різними статтями. Крім того, наймані користувачі вели по шість профілів на Facebook і по 10 – на Twitter, у кожному з яких вони були зобов'язані писати принаймні по три пости в день. Але загалом уся їхня діяльність зводилася до транслявання меседжів «Я люблю Росію» або «Дії Росії цілком виправдані».

На сьогодні діяльність російських тролів концентрується насамперед навколо ситуації в Україні, і метою їхньої атаки є західні публікації саме з цієї тематики. За таку роботу тролі отримують значні суми з російського бюджету. Як стверджує Rzeczpospolita, протягом кількох років була розроблена ціла система тролінгу, яка являла собою інтернет-агентства з тисячею оплачуваних блогерів і коментаторів. До неї приєдналися також деякі російські, білоруські й українські ЗМІ, які за допомогою «правильних коментаторів» маніпулюють громадською думкою на користь Росії. І на цю діяльність Кремль щорічно виділяє 33 млн р., резюмує польське видання [23].

Незважаючи на те що такі коментарі не завжди легко відрізнити від справжніх, при пильнішому вивченні починає бути помітною певна стереотипність виразів і термінології. Зокрема, у випадку з Україною часто використовуваними словосполученнями є «майданівський фашизм» і «підбурювання до війни». Rzeczpospolita зазначає також, що російським троям властиві тексти імперського характеру поганою англійською, крім того, використання нецензурної лексики.

Іншою відмінною ознакою того, що інформаційний сплеск певної тематики, який з'являється в соціальних медіа, є спланованою інформаційною кампанією, а не спонтанною реакцією користувачів мережі, є специфічний графік появи основної маси коментарів з інформаційного приводу – не одразу після події, а через деякий час.

Таким чином, незважаючи на те, що сервіси автоматичного моніторингу не дають змоги визначати ботів автоматично, за певними ознаками можна відзначити підозрілу активність деяких авторів. Зокрема, в останній версії IQBuzz було додано функцію повідомлення користувача про інформаційні сплески, що дає можливість вчасно локалізувати поширення небажаної інформації.

Отже, здійснення ручного й автоматичного моніторингу соціальних медіа відкриває широкі можливості для вивчення громадської думки з актуальних проблем суспільного розвитку, ставлення громадськості до дій влади й оцінювання їхньої ефективності. Можна впевнено прогнозувати подальший розвиток інструментів моніторингу – при щоденному зростанні аудиторії соціальних мереж на десятки тисяч користувачів це немислимо, адже в мережі люди обмінюються враженнями, висловлюють своє ставлення до актуальних подій і явищ, суспільно-політичних і соціально-

економічних процесів, міжнародної ситуації, діляться ідеями й розчаруваннями. Така інформація, яка циркулює в соціальних медіа, є цінною для налагодження зворотного зв'язку управлінських структур із громадськістю, адже влада має чітко усвідомлювати, які очікування з нею пов'язані, які її дії підтримуються суспільством, а які викликають невдоволення і спротив. Раніше для з'ясування цих питань використовувався інструмент соціопитувань – дорогий і розтягнутий у часі. Натомість автоматичний моніторинг соціальних медіа коштує відносно недорого, дає змогу охопити значну аудиторію й отримати результат за кілька годин від початку роботи.

### **4.3. Персональні сторінки соцмереж як платформа для зворотного зв'язку в управлінській діяльності**

Зворотний зв'язок в системі управління з використанням платформи й інструментарію соціальних медіа може забезпечуватися не лише шляхом здійснення моніторингу. Ефективними майданчиками для комунікації та налагодження зворотного зв'язку є персональні сторінки політиків, урядовців та управлінських структур у соцмережах і блогосфері. Кількість тих, хто вподобав сторінку або підписався на повідомлення з неї, зміст і кількість коментарів під постами дають інформацію для висновків стосовно того, чи підтримується діяльність того чи іншого політика або тієї чи іншої структури, які саме ухвалені рішення або вчинені дії викликали найбільший резонанс, що саме підтримується громадськістю, а що викликає критику, які очікування пов'язані з подальшою діяльністю суб'єкта управлінської діяльності.

Оцінити впливовість політика і ступінь його підтримки громадськістю, аналізуючи його активність у соцмережах, можна за допомогою сервісу Klout (<http://klout.com/home>), який оцінює акаунт (або з'єднані акаунти однієї особи) за 35 параметрами, але головних напрямів три: охоплення (amplification) – зона впливу, або скільки користувачів оцінюють, коментують запис; досяжність (true reach) – кількість людей, на яких здійснюється вплив; мережевий рейтинг (network score) – оцінка реакції аудиторії на вплив, або як далеко розходитьесь мережею інформація акаунта (як ба-

гато людей діляться інформацією цієї сторінки). У підсумку користувач мережі отримує оцінку своєї впливовості від 0 до 100.

Аналітика здійснюється на основі даних мереж Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Foursquare, YouTube, Instagram, Tumblr, Blogger, WordPress, Last.fm і Flickr, вимірюється розмір персональної мережі, враховується кількість контенту, що публікується, і те, як інші користувачі взаємодіють із цими публікаціями [21]. Klout оцінює ступінь впливу, використовуючи такі показники Twitter:

- скільки авторів відстежується користувачем;
- скільки авторів відстежують користувача;
- кількість ретвітів;
- згадки у списках авторів;
- за якими спам- або неактивними авторами стежить автор сторінки;
- який ступінь впливу тих, кого він ретвітив;
- кількість приватних повідомлень.

Отримана інформація об'єднується з інформацією із Facebook коментарями, відмітками про вподобані публікації, кількістю друзів. Усі ці дані відображаються в рейтингу сервісу (Klout Score), який показує ступінь впливу користувача в соціальних мережах.

На сьогодні в соціальній мережі Facebook підтримуються й регулярно оновлюються сторінки, наприклад, Президента України П. Порошенка (<https://www.facebook.com/petroporoshenko?fref=ts>), президента США Б. Обама (<https://www.facebook.com/barackobama?ref=ts&fref=ts>) та ін.

Одним з найбільш активних користувачів соціальних мереж є фінський міністр у справах ЄС і зовнішньої торгівлі О. Стубб (@ alexstubb). Основні теми політика – Фінляндія і Європа.

Водночас треба зазначити, що суб'єкти управлінської діяльності зазвичай створюють сторінки в соціальних медіа або до набуття певних управлінських повноважень, або в процесі їх виконання. У першому випадку створення й підтримка функціонування власної сторінки в соцмережі говорить про потребу її автора в інформаційно-комунікаційній взаємодії (що від початку позитивно сприймається громадськістю, яку «хочуть почути», до думки якої «дослухаються», на оцінки якої «зважають»), опанування ним новітніх засобів такої комунікації (що знову-таки заслуговує на схвалення, надаючи додаткової «сучасності» іміджу), активну

соціальну позицію. Приклад, який можна визначити як хрестоматійний, – створення персональної сторінки в мережі Facebook заступником голови Дніпропетровської облдержадміністрації, юриста, бізнесмена, журналіста, учасника Міжнародного космічного проекту Virgin Galactic Б. Філатова (Borys Filatov, <https://www.facebook.com/borys.filatov?fref=ts>). В інтерв'ю виданню The Kiev Times політик зазначив, що рішення створити власний акаунт у мережі було пов'язане з його участю в космічному проєкті. За словами Б. Філатова, коли він вирішив летіти в космос, його товариш запропонував йому популяризувати свій політ через Facebook, щоб розповісти людям більше про себе як про особистість. Мовляв, природно, що перший космічний турист з України зацікавив користувачів, але тут раптом почалася революція... (події Євромайдану 2013–2014 рр. – Ред.) [15].

Політик констатує, що в результаті спілкування з різними людьми прийшло усвідомлення реальних настроїв у суспільстві, що привело в підсумку до початку коментування ним на сторінці у Facebook подій Майдану: спочатку намагався нагадувати, що сторінка взагалі-то присвячена космосу, але більшість людей хвилював не космос, а суспільно-політична ситуація в країні [Там само]. Саме тоді, у період Майдану, за його словами, з'явилися основні підписанти його сторінки (станом на квітень 2014 р. у Б. Філатова в мережі Facebook було 30 тис. користувачів і 5 тис. друзів). Б. Філатов продовжує вести свою сторінку в мережі й після свого призначення на посаду заступника голови Дніпропетровської ОДА, використовуючи Facebook як інструмент самовираження (наприклад, розміщуючи хоку), впливу (зокрема, рекомендуючи для прочитання інтерв'ю із заступником голови Дніпропетровської ОДА Г. Корбаном видання «Росбалт» тощо) і взаємодії (анонсуючи, наприклад, прес-конференцію І. Коломойського та його команди, присвячену 100 дням перебування у владі Дніпропетровщини, і запрошуючи до участі журналістів ЗМІ).

В іншому випадку спілкування в мережі набуває переважно штучного або формального характеру й говорить про бажання сформувати в громадськості уявлення про політика або управлінську структуру як сучасних і відкритих, у той час як насправді вони такими не є. У цьому випадку інформація, яка розміщується на сторінці, так само, як і мова спілкування, має, зазвичай, напівофіційний характер, часто дублює відповідні офіційні веб-сайти і призначена не стільки для з'ясування громадської думки з пев-



них питань, скільки для додаткового інформування громадськості. Показовий приклад – сторінка у Facebook «Конституційної Асамблеї» (КА) (<https://www.facebook.com/cauinua?fref=ts>), яка, по суті, копіює інформацію офіційного сайту цієї організації (<http://cau.in.ua>). Зокрема, як на сайті КА, так і на сторінці в мережі останні оновлення однакові: «Співробітництво територіальних громад. Історія одного закону» (19 червня 2014 р.). Попереднє оновлення при цьому – «Для широкого громадського обговорення» (проект Концепції внесення змін до Конституції України) – на обох ресурсах так само дублюється й датоване на сайті КА 28 січня 2014 р., а на мережевій сторінці – 4 лютого 2014 р.

Як робить висновок видання «Мир 24», офіційний портрет і суха біографія – класичний стиль вір-сторінок. Користувачі зізнаються, що читати оновлення таких профілів просто нудно і наводять як приклад американських політиків. У цьому контексті ілюстративною є сторінка у Facebook президента США Б. Обами, яка є систематично оновлюваною та на якій часто публікуються особисті фотографії (рис. 4.5).



Рис. 4.5. Рука в руці (Hand in hand). Barack Obama, 20.06.2014

*Джерело:* <https://www.facebook.com/barackobama?fref=ts>

Аналіз досвіду функціонування мережевих сторінок суб'єктів управлінської діяльності дає підстави для формулювання основних вимог до їх ведення, дотримання яких забезпечує необхідну ефективність цих майданчиків інформаційно-комунікаційної взаємодії.

По-перше. Мова і стиль спілкування мають відповідати не стільки статусу політика, скільки середовищу спілкування. Отже, виклад будь-якої інформації, що розміщується в мережевому середовищі, має бути адаптованим до аудиторії.

Вітається, коли пости розкривають особистість їхнього автора, мають у міру емоційне забарвлення, спонукають до дискусії і висловлення власної думки. Наприклад, на сторінці прем'єр-міністра РФ Д. Медведєва інформація про його участь у IV Петербурзькому міжнародному юридичному форумі подається таким чином: «У Росії на відоме питання «У чому сила?» зазвичай відповідають: «Сила – у правді». Але «правда» і «право» в російській мові – це однокореневі слова. Тому для всіх нас сила – у праві». До тексту додається посилання на сайт російського уряду з детальною інформацією про подію ([bit.ly/1w2mEH9](http://bit.ly/1w2mEH9)) [5].

Станом на 22 червня 2014 р. пост уподобали 2 тис. 876 користувачів, при цьому 230 користувачів його прокоментували. При цьому самі пости мають бути різноманітними за формою й жанрами – питання, інформування, посилання на події, коментування подій, відповіді на запитання.

По-друге. Оновлюваність інформації на сторінці має формувати ефект присутності політика. Це важливо з огляду на потенційну зацікавленість автора сторінки в її коментуванні іншими, адже відвідувач сторінки прокоментує її інформацію в тому випадку, якщо сподіватиметься, що його коментар побачить або автор посту, або принаймні інший відвідувач. І те, і інше можливе лише за умови, що автор сторінки систематично «з'являється» в мережі, що можна відслідкувати якраз за оновленням інформації на його сторінці – нових постах і коментарях. У тому випадку, якщо сторінка не оновлюється досить довго, зрозуміло, що її не передивлятимуться навіть тоді, коли там з'явиться щось нове. Оновлюваність інформації на сторінці є також індикатором того, наскільки її автор користується нею як інструментом комунікації, а також опосередковано як додатковий

чинник – наскільки її автор узагалі зацікавлений у налагодженні процесу комунікації.

По-третє. Інформація, яка розміщується на сторінці, має бути актуальною або принаймні стосуватися актуальних проблем. З одного боку, саме такі питання здатні викликати жваві обговорення, з іншого – саме з таких питань, які потребують оперативного вирішення та мають суспільну вагу, думка громадськості має бути вивчена й врахована.

По-четверте. Основою для підтримки активного та інформаційно насиченого комунікаційного зв'язку з громадськістю є реакція автора сторінки на повідомлення її відвідувачів і їхні коментарі до його постів. Для початку – інформаційна, а в перспективі – у вигляді реальних дій, за якими слідує звіт перед громадськістю. Показовою з цього погляду є сторінка у Facebook новообраного (2014 р.) депутата-мажоритарника Київради А. Велімовського (<https://www.facebook.com/anatol.velimovsky?fref=ts>), який ініціює в мережі обговорення актуальних питань, що стоять на порядку денному сесії Київради, інформує про власну позицію з цих питань, з'ясовує думку користувачів мережі з цього приводу, звітує про власну діяльність.

Типовий приклад його відповіді під постом про звіт за день (20 червня 2014 р.) з питань МАФів, Гостинного двору, встановлення лічильників тепла, організації роботи на коментарі Ю. Андреева, А. Блинова, Н. Сокольчук, О. Трегуб, О. Харченка, Д. Мурина:

«Всім сестрам :)»

Юра. Не виходить. Зрозуміло, буду акцентувати увагу на кількох темах, але не вийде тільки на цьому. Проблеми всюди...

Надя. За ГД, думаю, буде все ок. Але присутність активістів на сесії не завадить. Думаю, дамо виступити.

Олена. За МАФи ми маємо активну опозицію, підкріплену дуже великими грошима. Вчора були шини і наймані «сотні» біля адміністрації. Влаштувати війну абсолютно не хочеться...

Діма. Ідея хороша. Будемо думати.

Андрій. 100% згоден. Але Генплан – питання не одного дня. А проблемами потрібно вирішувати вже сьогодні.

Саша. Спробую. Спасибі за підказку».

Таким самим типовим для сторінки депутата є представлений ним 22 червня 2014 р. звіт про результати двотижневої ревізії рішень Київради минулого скликання (починаючи з 2006 р.) щодо земельних ділянок, які передані в оренду в рамках виборчого округу № 24 (Комсомольський масив і ближня до станції метро «Дарниця» частина Соцміста). Представлений звіт докладно інформує про рішення Київради, які вимагають скасування або викликають питання, про проблемні забудови. Наприкінці посту автор сторінки закликає: «Якщо щось упустив – повідомляйте».

По-п'яте. Слід наголосити, що оперативне реагування на інформацію відвідувачів сторінки можливе за умови, якщо сторінка ведеться суб'єктом управлінської діяльності самостійно, а не передоручається призначеній спеціально особі, яка надаватиме відповіді на запитання й оновлюватиме пости. При цьому для того щоб налагоджений у мережі зв'язок став більш змістовним, оперативним і в підсумку ефективним, користувачі мережі з досвідом радять влаштовувати «кабінет»: створювати три-п'ять спеціалізованих робочих груп з експертів і активістів, які цікавляться певними темами й розробляють їх.

Якщо йдеться про мережеву сторінку певної управлінської структури, то перед її заснуванням варто обрати власну стратегію комунікації з відвідувачами. Необхідно розробити політику реагування на те, що відбувається в мережі. Для підтримки лояльності відвідувачів важливо вибрати співробітників, які даватимуть коректні й оперативні відповіді. Також важливо розглядати негативні повідомлення не тільки як вираження негативних емоцій щодо суб'єкта управлінської діяльності, а і як конструктивну критику, що дає можливості для розвитку структури.

Усі повідомлення, які надходять на сторінку, бажано обробляти за тональністю й ранжувати за форматом повідомлення, джерела, значущості документа, типом негативу. При цьому як негативні, так і позитивні відгуки відвідувачів сторінки заслуговують на відповідь.

Інструментами зворотного зв'язку на мережевій сторінці виступають лайки (позначки «подобається»), «підписки» (можливість отримувати оновлення зі сторінки, яка сподобалася), коментарі під постами (у яких може висловлюватися схвалення або несхвалення, поради, зауваження, пропозиції й додаткова інформація), повідомлення в «лічку» (повідомлення автору сторінки, яких не будуть бачити інші користувачі), напис на «стіні» (пост у «життєписі»).

Налагодження ефективної комунікації в мережевому середовищі, відкритість громадського активіста, політика або організації перед громадою стають додатковим чинником їхньої суспільної підтримки не в останню чергу й через розуміння ними внаслідок інформаційно-комунікаційної взаємодії громадських потреб і відбір саме тих інструментів діяльності (у тому числі залучення громадського потенціалу), що забезпечують її результативність. Причому ця суспільна підтримка проявляється не лише у віртуальному середовищі, а й у реальному житті – у вигляді надходження коштів на проведення виборчої кампанії, допомоги в розробці стратегії, організації і проведенні промоакцій, виготовлення друкованої продукції, реалізації проектів тощо.

Таким чином, мережева комунікація в системі управління стає додатковим чинником функціонування «соціального ліфта», сприяючи оновленню управлінської еліти (у першу чергу політичної) найбільш успішними представниками громадянського суспільства, які в цьому випадку також виконують роль своєрідного каналу зворотного зв'язку, доносячи до центрів управлінських рішень («знизу – нагору») об'єктивну інформацію стосовно актуальних потреб громадськості. Такі лідери володіють комунікаційним інструментарієм громадськості, і громадськість їх розуміє – вони спілкуються зрозумілою один одному мовою, а отже, інформаційно-комунікаційні викривлення мінімізуються, що забезпечує підвищення ефективності процесу комунікації – необхідної передумови ефективного управління.

#### **4.4. Соціальні медіа – інструмент формування управлінських систем мережевого типу**

Найбільш ефективний підхід у вдосконаленні управлінської діяльності – бачити у громадянах не лише об'єкт управління, а й партнера в управлінській діяльності, зацікавленого в її ефективності. Такий підхід відповідає сформульованій Ф. А. фон Хайєком ідеї «розсіяного знання», яке є невід'ємною рисою високорозвинутих соціальних систем. Відповідно до цієї ідеї, для досягнення поставлених цілей кожний індивід накопичує значну кількість різноманітних відомостей, необхідних йому в конкретних

умовах місця й часу. Таким чином, повним обсягом інформації стосовно подій і процесів, які відбуваються, володіє лише суспільство в цілому, уся сукупність його членів. Звідси висновок про те, що в сучасному суспільстві немає й не може бути якогось центру, здатного спрямовувати діяльність величезної кількості людей. Єдиною системою, яка, за Ф. А. фон Хайском, «дає змогу забезпечувати найбільш оптимальне використання знань, розсіяних у суспільному організмі», є приватне підприємство.

Отже, підвищення ефективності процесу управління потребує налагодження функціонування системи з делегування частини владних повноважень суб'єктам громадянського суспільства. У цьому сенсі, говорячи про використання інформаційно-комунікаційних технологій у сфері взаємодії органів виконавчої влади та інститутів громадянського суспільства, О. Дегтяр обґрунтовує доцільність використання технологій нової публічної служби, які найбільше відповідають сучасному інформаційно-технологічному етапу розвитку суспільства й рівню, метою якого є узгодження і спільне вирішення суспільних проблем [4].

Пропонована дослідником концепція нової публічної служби базується на ідеї, що сучасній державі не вдається забезпечити задоволення базових суспільних потреб, отже, нагальною стає потреба змінити ієрархічне адміністрування на нову форму управління – делегувати частину повноважень розгалуженій мережевій структурі, яка керується не вертикаллю наказів, а ініціативою окремих низових ланок з єдиним центром координації. Але якщо новий публічний менеджмент у пошуках нових підходів робить акцент на ринковій економіці, то концепція нової публічної служби намагається утвердитися, враховуючи комунікативні процеси постіндустріального інформаційного суспільства й демократичну практику сучасних держав.

М. Кастельс підкреслював, що під час організації системи комунікації між владою й суспільством варто формувати політичні «мережі», сформовані на зв'язках і відносинах горизонтального типу між політиками, державними службовцями і громадськістю [7].

Представляючи собою своєрідний альянс «професіоналів і дилетантів», мережа продукує активні обмінні процеси, мотивує співробітництво, упорядковуючи практики комунікаторів і реципієнтів і, у кінцевому рахунку, сприяє закріпленню принципів співпраці і співробітництва. На відміну

від концептів «структура» й «система», поняття «мережа» робить акцент на усвідомленій взаємодії всіх агентів, спрямованій на розв'язання соціально значущих проблем і досягненні загальних цілей.

Головними засобами узгодження інтересів стає комунікація й різноманітні форми підтримки контактів сторін, що передбачають установлення як двосторонніх, так і багатосторонніх зв'язків. Мережева комунікація веде до набуття громадськістю активної ролі у прийнятті рішень, а здатність до підтримання комунікації з боку влади стає одним з важливих показників ефективності державного управління.

За умови переходу до принципів «нової публічної служби» і створення «політичних мереж», ряд функцій держави й уряду передається структурам громадянського суспільства для спільного розв'язання нагальних проблем, реалізації цілей держави й суспільства. Таким чином, змінюється і роль державної влади в системі державного управління: вона поступово знижується за рахунок розширення участі громадян у справах держави, яка перестає бути єдиним центром влади і прийняття суспільно значущих рішень. Органи державної влади в таких умовах стають ефективним суб'єктом у процесі взаємодії рівних учасників під час вирішення суспільних справ [4].

Події, що відбулися в Україні восени 2013 – у першій половині 2014 р., дали поштовх активним громадянам до створення ініціативних груп для просування різноманітних проектів, які позиціонуються як такі, що спрямовані на незворотну зміну діючої системи, і фактично стають майданчиками для набуття громадськістю необхідного для процесу управління досвіду.

Зокрема, 11 вересня 2013 р. на сайті «Народна влада» (<http://narodna-vlada.org>) було опубліковано опис проекту «Громадський контроль», який спрямований на розширення можливостей реалізації законних прав громадян України, їхній захист і відновлення через розробку й упровадження єдиної публічної інформаційної системи (електронного документообігу), яка накопичуватиме інформаційну базу стосовно невирішених проблем громадян. Пізніше цей проект змінив свою назву на Всеукраїнський соціальний проект «Зворотний зв'язок», у нього з'явився окремий сайт (<http://feedback.org.ua>), який дає змогу більш детально ознайомитися із спрямованістю й завданнями проекту.

Відповідно до концепції проекту «Зворотний зв'язок», існуюча система людських взаємин у вигляді держави не може гармонійно й

стабільно функціонувати у випадку порушення функціонування окремих елементів цієї системи, що провокує системні кризи. Автори проекту виходять з того, що системні кризи – це повна неузгодженість взаємин людей або структур один з одним, у рамках однієї або декількох взаємопідпорядкованих систем.

На їхню думку, сьогодні існує проблема взаємодії влади й суспільства, а саме проблема зворотного зв'язку між державною владою, органами місцевого самоврядування і громадськістю. Цей факт підтверджується відсутністю повноправного діалогу у вирішенні проблемних питань. До останнього часу офіційна позиція влади полягала в тому, що для розв'язання різноманітних проблем їй були потрібні гроші й повноваження, причому за принципом «чим більше – тим краще». Можновладці були переконані, що такі функціональні і фінансові умови можуть дати їм змогу самостійно й без залучення громадян вирішувати всі існуючі проблеми. Насправді, такий однобокий підхід породжує появу нових проблем і нераціональне використання ресурсів.

З огляду на це, для запобігання виникненню системних криз, на переконання авторів проекту, необхідно створити систему зворотного зв'язку між людьми, від яких залежить політична воля, і пересічними громадянами України, чиї права повсякденно порушуються; почати процес акумулювання проблем, їхнього аналізу й з'ясування причин, через які існуючі проблеми виникли; спрямувати всі зусилля на відновлення порушених прав громадян, усунення причин і недопущення повторень виникнення подібних проблем у майбутньому.

Цей соціальний проект дасть змогу вийти на принципово новий рівень взаємодії і співпраці органів влади й місцевого самоврядування із широкими верствами громадськості за допомогою відкритої інформаційної системи, яка акумулюватиме і відображатиме актуальні проблеми мешканців територіальних громад (сіл, селищ, міст, районів) і пропонуватиме алгоритми їх вирішення. Відкритість в обговоренні й подальшому розв'язанні проблем – одна з найбільш ефективних і продуктивних форм співпраці, оскільки сприяє виявленню вже на попередній стадії обговорення максимальної кількості слабких сторін, а іноді дає можливість вийти на принципово нові концептуальні рішення.

Реалізація проекту передбачає вирішення таких завдань:



1. Створення в мережі Інтернет відкритої інформаційної системи.

2. Забезпечення можливості отримання інформації про ключові проблеми, які турбують жителів різних сіл, селищ, міст (областей) у реальному часі.

3. Своєчасне доведення до керівництва сіл, селищ, міст, регіону, країни інформації стосовно проблем, про які було повідомлено:

– про виявлені за допомогою громадськості причини, що обумовили виникнення проблем;

– про розроблені за допомогою експертів плани заходів, спрямовані на розв'язання проблем;

– про рекомендовані керівництву міст (областей, країни) відповідні управлінські рішення.

4. Підвищення кваліфікації персоналу органів державної влади й місцевого самоврядування в частині модернізації відповідних управлінських процесів і використання відповідних інформаційних технологій.

5. Забезпечення можливості членам територіальної громади стежити за статистикою відповідей і вирішення проблемних питань органами державної влади й місцевого самоврядування.

6. Забезпечення рівності і відкритості доступу до інформаційної системи органів державної влади й місцевого самоврядування як членам суспільства, які мають власний доступ до мережі Інтернет, так і тим, хто такого доступу не має.

7. Інформування жителів територіальних громад (сіл, селищ, міст, районів) про нові можливості дистанційної взаємодії з органами державної влади й місцевого самоврядування, а також стосовно можливості здійснення громадського контролю за їхньою діяльністю.

Шляхом налагодження прямої взаємодії із громадянами, чий права й законні інтереси порушені, пропонується система створить сервісне підґрунтя для аналізу причин, які викликали порушення, і розробки комплексу заходів, спрямованих на розв'язання цих проблем за допомогою інструментів громадського впливу. У підсумку реалізація соціального проекту «Зворотний зв'язок» спрямована на зміну системи управління в Українській державі, забезпечення її відкритості і сприяння розвитку громадянського суспільства (див. рис. 4.6).

Відкритість у взаєминах влада – суспільство підвищить ефективність державного управління й самоврядування в селах, селищах, містах, районах,

країні й матиме позитивний вплив на посилення довіри членів територіальної громади до органів державної влади та місцевого самоврядування.

Схожий принцип удосконалення системи управління через налагодження зворотного зв'язку між представниками органів державної влади і громадськістю пропонує онлайн-сервіс «Напиши депутату» (<http://napyshy.org>), який також має власну сторінку в мережі Facebook (<https://www.facebook.com/napyshy>). Принцип його роботи полягає в тому, що кожна людина може обрати тип звернення – публічне звернення, прохання про допомогу, повідомлення про порушення закону – та опцію отримання відповіді. Відповідь може бути в письмовому форматі та, за бажанням, цей лист може бути публічним, якщо його поширити в соціальній мережі Facebook.

Сервіс «Напиши депутату» забезпечує індивідуальність звернення: одна людина може надіслати звернення одному народному депутату. Це допоможе зменшити кількість електронних листів, які надсилаються на адреси всіх народних депутатів, унаслідок чого увага до них (листів) є незначною.

Для відправлення листа необхідне підтвердження відправлення шляхом введення унікального цифрового ідентифікатора. Також у сервісі використовуються спам-фільтри, які унеможливають автоматичне відправлення звернень ботами.

Станом на 29 червня 2014 р. на ресурсі було розміщено 436 звернень до народних депутатів.

З огляду на важливість для ефективного процесу управління налагодження й підтримки систематичного зворотного зв'язку між владою і громадськістю в мережевому середовищі обговорюються пропозиції унормувати необхідність забезпечення зворотного зв'язку в системі управління на законодавчому рівні. Одним з лобістів та ініціаторів «просування» цієї ідеї в мережевому інтернет-просторі є представлена у Facebook громадська організація «Учитель» (м. Ужгород) (<https://www.facebook.com/pages/%D0%A3%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/258403570937436>), якою було розроблено модель такого діалогу-контролю. Центральний механізм моделі – належним чином організований інтернет-простір, що забезпечує постійний зворотний інформаційний зв'язок суспільства й держави, що, де-факто, дорівню-

**СХЕМА ПРОЕКТУ**

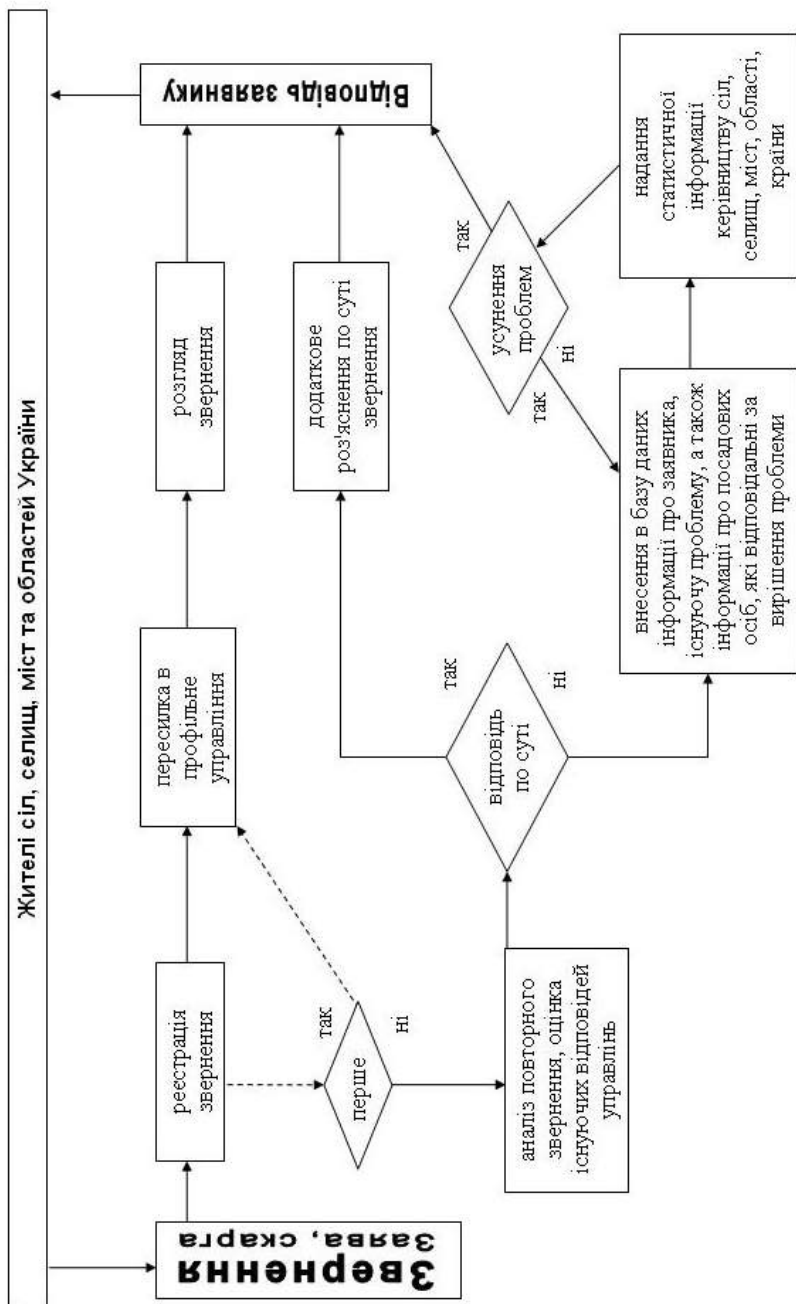


Рис. 4.6. Схема проекту «Зворотний зв'язок»

Джерело: [http://feedback.org.ua/images/stories/proekt/sxema\\_ua.jpg](http://feedback.org.ua/images/stories/proekt/sxema_ua.jpg)

ватиме роботі сталого багатофункціонального всеукраїнського референдуму в режимі онлайн. За допомогою цього механізму кожний громадянин України зможе бути учасником або організатором численних соціально-політичних акцій, дій або рухів, спрямованих на подолання корупції й розбудову громадянського суспільства, реально контролювати владу на всіх рівнях її ієрархії: від сільради до парламенту, від голови сільради до Президента України.

Такий простір і його комунікаційний механізм сприятимуть інтеграції суспільства, а в перспективі – консолідації суспільства і влади, що є необхідним підґрунтям для процвітання держави та зростання добробуту громадян, а в умовах агресивних зовнішніх впливів – запорукою обороноспроможності країни.

Формування інформаційно-комунікаційного інтернет-простору, який би забезпечував ефективний діалог держави і громадянського суспільства, реалізація за допомогою інтернет-сервісів моделі «діалог – контроль» є актуальним завданням як для громадянського суспільства, так і для влади, як зацікавлених в удосконаленні процесу управління суб'єктів. Реалізація такої моделі в підсумку покликана не тільки сприяти вирішенню актуальних проблемних питань, а й затвердити принципи та алгоритм представницької демократії, згідно з якими громадяни запрошують політиків-менеджерів до керування державою шляхом конкурсного відбору під назвою «вибори», дають переможцям «дорожню карту», контролюють її виконання і, у разі потреби, проводять заміну управлінців [6].

Необхідною передумовою функціонування пропонованої моделі, на переконання її авторів, має стати її законодавче оформлення й ухвалення Верховною Радою відповідного закону про суспільний діалог – контроль влади, у якому має бути передбачено:

1. Можливість і механізм скарг, пропозицій та вимог від громадян до влади і зворотну конструктивну відповідь влади (відповідно до оновленого чинного законодавства).

2. Можливість і механізм обговорення громадянами тих чи інших законів, поправок до них та їх аргументованого скасування, діалогу й самоорганізації громадян, проведення інтернет-конференцій, семінарів, обговорень, голосувань тощо.

3. Можливість і механізм організації петицій громадян з вимогою відставки того чи іншого чиновника, судді, депутата, міністра чи Президента, якщо вони того заслуговують.

Ухвалення такого закону й забезпечення ефективного діалогу у форматі «влада – громадськість» сприятиме широкому впровадженню в суспільну практику легальних механізмів суспільно-політичної активності, запобігатиме набуттю нею форм некерованого вуличного протесту, насильства і зростанню соціальної напруженості. Водночас можливість вуличних протестів у випадку, якщо влада відмовиться виконувати законні вимоги громадян, передбачені ухваленим механізмом контролю, також має бути законодавчо закріплена – тоді влада в автоматичному режимі нестиме відповідальність за бездіяльність.

Говорячи про нову філософію державного управління на TEDx, прем'єр-міністр Великої Британії Д. Кемерон сказав, що, якщо дати людям більше влади й контролю над їхнім життям, можна створити сильніше і краще суспільство [20].

Активне долучення громадськості до розв'язання актуальних проблем суспільного життя, її інтеграція в управлінські процеси знаменує перехід влади в нову еру управління із широким залученням творчого потенціалу громадян в інтересах суспільного розвитку. У різні часи філософи, історики, соціологи, письменники, політичні діячі звертали увагу на те, що колективні зусилля завжди є більш результативними. Е. Остром у своїй книзі «Керування спільним. Еволюція інституції колективної дії» переконливо доводить успішність групового керування спільною власністю [11].

Згідно з моделлю Томаса – Кілмана, метод співпраці, який спонукає до пошуку спільного рішення, є найбільш ефективним у розв'язанні конфліктних ситуацій. Зокрема, К. Томас обґрунтовує, що при уникненні конфлікту жодна зі сторін не досягає успіху, у випадку протиборства, поступок або компромісу або один з учасників конфлікту виграє, а інший програє, або програють обидва, оскільки обидва йдуть на компромісні поступки. І лише у випадку співробітництва обидві сторони опиняються у виграші [8].

Таким чином, додатковим джерелом підвищення ефективності управлінської діяльності має стати залучення до процесу управління

соціально відповідального бізнесу й найширшого кола громадян з актуальними та затребуваними ідеями й навичками: «Людина-медіа аналізує та вимагає прозорості, людина-влада та людина-бізнес мають ресурси, людина-науковець створює варіант моделі дійсності, громадянин світу знає, як реалізуватися, людина-ідейник може продукувати ідеї, а харизматичний лідер може їх втілювати. Більша кількість людей, що взаємодіють, здатна створити невидимі зв'язки, своєрідну синергію, пришвидшуючи перетворення» [19].

Отже, налагодження системи зворотного зв'язку з використанням інструментарію мережевих інтернет-сервісів є інноваційним чинником виведення процесу управління на принципово новий рівень, значне просування до самокерованої соціальної системи, здатної швидко адаптовуватися при будь-яких трансформаціях зовнішнього середовища, забезпечуючи стабільний розвиток держави й суспільства.

#### Список використаних джерел до розділу 4

1. *Арістова І. В.* Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти [Електронний ресурс] : монографія / І. В. Арістова ; за заг. ред. Бандурки О. М. – Харків : Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. – 368 с. – Режим доступу: <http://radnuk.info/pidruchnuku/inform/439-aristova/6218-14-.html>. – Назва з екрана.

2. *Гранчак Т.* Бібліотека і політична комунікація : монографія [Електронний ресурс] / Т. Гранчак ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – 481 с. – Режим доступу: <http://www.nbuviar.gov.ua/images/nauk-mon/monog-granchak.pdf>. – Назва з екрана.

3. *Гуткевич С. О.* Менеджмент : навч. посіб. [Електронний ресурс] / С. О. Гуткевич, В. А. Рульєв. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 312 с. – Режим доступу: [http://pidruchniki.ws/15890315/menedzhment/efektivnist\\_menedzhmentu\\_organizatsiyi](http://pidruchniki.ws/15890315/menedzhment/efektivnist_menedzhmentu_organizatsiyi). – Назва з екрана.

4. *Дегтяр О. А.* Інформаційно-комунікативна діяльність в державному управлінні як інструмент інтенсифікації соціального партнерства [Електронний ресурс] / О. А. Дегтяр // Державне управління: удосконалення

та розвиток. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=623>. – Назва з екрана.

5. Дмитрий Медведев [Электронный ресурс] // Facebook. – 2014. – 20.06. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/Dmitry.Medvedev?fref=ts>. – Загл. с экрана.

6. Европейский режим функционирования Украины [Электронный ресурс] / «Учитель». Общественная организация // Facebook. – 2014. – 29.05. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/pages/%D0%A3%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/258403570937436>. – Загл. с экрана.

7. *Кастельс М.* Становление общества сетевых структур [Электронный ресурс] / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология ; под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 1999. – 640 с. – Режим доступа: [http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page\\_1492.html](http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1492.html). – Загл. с экрана.

8. *Китаева Г.* Пять стратегий поведения в конфликте. Методика Томаса – Килмана [Электронный ресурс] / Г. Китаева // Психотерапия неврозов. – Режим доступа: <http://www.nevrozovnet.ru/osnova/5-pyat-strategij-поведениа-в-конflikte-metodika-tomasa-kilmana.html>. – Загл. с экрана.

9. *Конторович С. Д.* Методика мониторинга и моделирования структуры политически активного сегмента социальных сетей [Электронный ресурс] / С. Д. Конторович, С. В. Литвинов, В. И. Носко // Инженерный вестник Дона. – 2011. – № 4. – Режим доступа: [http://ivdon.ru/magazine/archive/n4\\_y2011/642](http://ivdon.ru/magazine/archive/n4_y2011/642). – Загл. с экрана.

10. *Крёмер Ж.* ЕвроСМИ: «Украина умерла», нападения ботов и новые санкции [Электронный ресурс] / Ж. Крёмер // INSIDER. – 2014. – 6.05. – Режим доступа: <http://www.theinsider.ua/politics/evrosmi-ukraina-umerla-napadeniya-botov-i-novye-sanktsii>. – Загл. с экрана.

11. *Остром Е.* Керування спільним. Еволюція інституції колективної дії [Електронний ресурс] / Еліно́р Остро́м ; пер. з англ. Т. Монтян. – К. : Наш час, 2012. – 398 с. – Режим доступу: <http://store.kassiopeya.com/small/1348/#/1>. – Назва з екрана.

12. *Почепцов Г. Г.* Стратегические коммуникации. Стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении / Г. Г. Почепцов. – К. : Альтерпрес, 2008. – 224 с.

13. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации [Электронный ресурс] / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 656 с. – Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/betweenall/pochepcov-theory-of-com.htm>. – Загл. с экрана.

14. Путинские «тролли» взялись за немецкие СМИ [Электронный ресурс] // Украинская правда. – 2014. – 13.06. – Режим доступа: <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2014/06/13/7028930>. – Загл. с экрана.

15. *Рошук Е.* Борис Филатов: «Люди разделены непониманием, а цели у всех похожи» / Е. Рошук // The Kiev Times. – 2014. – 28.04. – Режим доступа: <http://thekievtimes.ua/interview/365869-boris-filatov-lyudi-razdeleny-neponimaniem-a-celi-u-vsex-rohozhi.html>. – Загл. с экрана.

16. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] [Електронний ресурс] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 250 с. – Режим доступу: <http://www.nbuviar.gov.ua/images/pauk-mon/k2013.pdf>. – Назва з екрана.

17. *Ткаченко О.* Андрей Яровой, IQBuzz: «Мониторинг будет развиваться, это неизбежно» [Электронный ресурс] // ToWave.ru. – Режим доступа: <http://www.towave.ru/pub/andrei-yarovoi-iqbuzz-monitoring-budet-razvivatsya-eto-neizbezhno.html>. – Загл. с экрана.

18. *Халилов Д.* Мониторинг социальных сетей и блогов [Электронный ресурс] / Д. Халилов // Маркетинг в социальных сетях. – 2013. – 19.11. – Режим доступа: [http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/smm\\_monitoring.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/smm_monitoring.htm). – Загл. с экрана.

19. *Vazan V.* Ефективне управління або 2+2=5 [Електронний ресурс] / V. Vazan // Велика ідея. – 2013. – 11.01. – Режим доступу: <http://biggggidea.com/practices/829>. – Назва з екрана.

20. *McManus E.* The next age of government: David Cameron on TED.com [Electronic resource] / E. McManus // TED Blog. – 2010. – 16.02. – Mode of access: [http://blog.ted.com/2010/02/16/the\\_next\\_age\\_of](http://blog.ted.com/2010/02/16/the_next_age_of). – Title from the screen.

21. *Parr B.* Klout Now Measures Your Influence on Facebook [Electronic resource] / B. Parr // Mashable. – 2010. – 14.10. – Mode of access: <http://mashable.com/2010/10/14/facebook-klout>. – Title from the screen.



22. Rzeczpospolita: «Кремлевские тролли» атакуют Запад на деньги россиян [Электронный ресурс] // иноТВ. – 2014. – 6.06. – Режим доступа: <http://russian.rt.com/inotv/2014-06-06/Rzeczpospolita-Kremlevskie-trolli-atakuyut-Zapad>. – Загл. с экрана.

# БЛОГОСФЕРА В СКЛАДІ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

### 5.1. Особливості інформаційних обмінів у блогосфері

Розвиток цифрового суспільства, особливо під впливом поширення технологій Web 2.0, змінює – більше або менше – усі сфери людської діяльності: політику, економіку, науку та освіту, мистецтво й дозвілля тощо. Чи не найсерйозніші трансформації під впливом новітніх інформаційно-комунікаційних технологій торкнулися масової комунікації – фактично експерти сьогодні ведуть дискусії про перспективи витіснення чи принаймні відтіснення з передових позицій традиційних засобів масової інформації

**Блог** (англ. blog, скорочення від weblog – мережевий журнал чи щоденник подій, назва виникла на основі гри слів weblog – we blog – «ми ведемо блог») – періодично оновлювана веб-сторінка з датованими записами й коментарями, розміщеними у зворотному хронологічному порядку (найактуальніше вгорі сторінки), автор якої постійно самостійно публікує матеріали на актуальну для нього тематику [8, 33, 40, 41, р. 17; 50, 54]. Блогер, відповідно, – користувач блогів, зареєстрований на будь-якому сервісі блогів, частіше слово використовують у вузькому розумінні, маючи на увазі лише творців блогів, тих, хто залишає записи у власному блозі, на відміну від читачів і коментаторів.

Поява й поширення блогів припадає на середину 90-х років минулого століття, коли в Інтернеті почали набувати популярності модифіковані персональні сторінки фахівців з комп'ютерних і мережевих технологій з щодня оновлюваними списками анотованих посилань на інші потрібні й ко-

рисні, на думку власників блогів, сайти. Таким чином, перші блоги не мали розширених коментарів чи особистих описів і були свого роду фільтрами для зростаючої мережевої інформації (на зразок покажчика маршруту або шляху до неї). У 1999 р. був розроблений перший безкоштовний програмний продукт «Пітас», що дав змогу користувачам Інтернету без знання мови HTML створювати, розміщувати й підтримувати блоги в мережі [45].

Простота поповнення записів і створення безкоштовних сервісів – майданчиків для відкриття блогів (першою такою службою в 1999 р. став сайт Blogger.com) – дали поштовх експонентному зростанню мережевого сегмента блогів від приблизно 50 веб-сторінок у 1999 р. до понад 152 млн блогів на кінець 2013 р., при тому що новий блог створюється у світі щопівсекунди – майже 180 тис. блогів щодня [45].

Сукупність усіх блогів у мережі Інтернет і зв'язки між ними, що утворюють автори й коментатори, створює блогосферу (від англ. blogosphere), що функціонує як комунікативний простір, соціальна мережа, сформована користувачами блогів, які читають, коментують виставлену інформацію один одного, створюють гіперактивні посилання один на одного. Логічне значення поняття «блогосфера» можна трактувати в значенні соціальної мережі сукупності всіх блогів, інтернет-журналістики, субкультури; як тісної пов'язаності між собою блогерів, які читають і коментують один одного, а також посилаються один на одного, що приводить до створення нової субкультури [45, 43]. Блогосфера є важливим середовищем вивчення суспільної думки, вона дедалі частіше враховується в академічних і неакадемічних роботах, що досліджують сучасні глобальні соціальні тенденції.

Усередині блогосфери можуть формуватися спільноти – групи блогерів, які, крім власних приватних блогів, ведуть колективний блог за обраною тематикою. Спільноти можуть бути як закритими від сторонніх користувачів, так і доступними всім зареєстрованим і незареєстрованим користувачам.

Інтерфейс особистих блогів відрізняється різноманітністю, викликану варіаціями технічних основ для ведення блогу. Сьогодні можна виділити три типи блог-платформ, причому блогери можуть використовувати паралельно різні способи представлення своїх публікацій, як це буде проілюстровано нижче на прикладі сторінок українського блогера О. Білозерської (див. рис. 5.1–5.3).

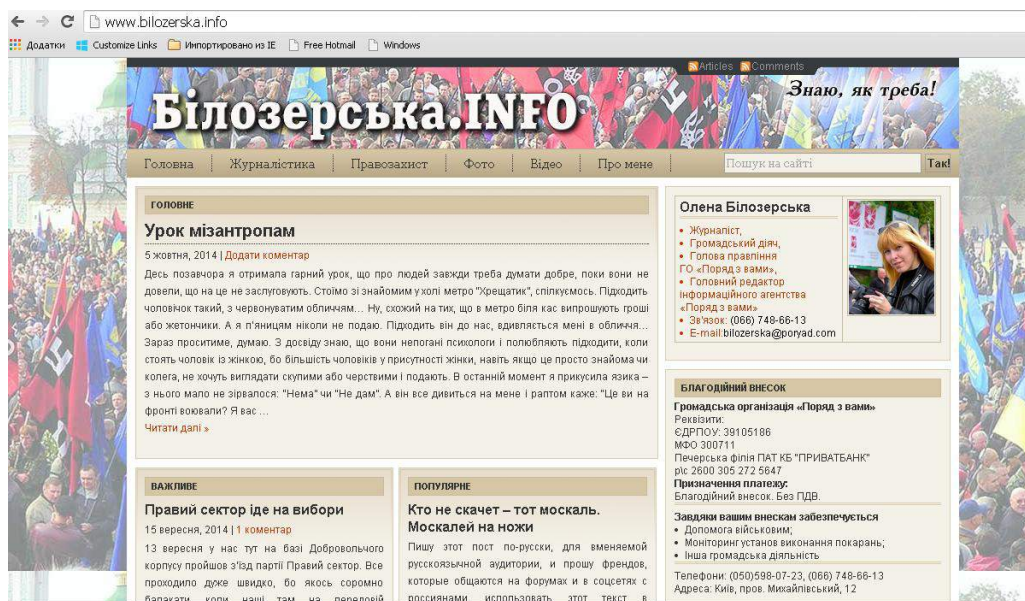


Рис. 5.1. Сторінка українського блогера О. Білозерської на сайті «Білозерська.INFO»

*Джерело:* <http://www.bilozerska.info>

Автономні блоги (Stand alone) за своєю структурою нагадують персональні сайти з можливістю розміщення новинної стрічки з повідомленнями і їх коментування інтернет-читачами, тому дизайн і архітектура блогу безпосередньо залежить від особистої ідеї автора (блогера). Найбільш типовими є блоги, створені на Wordpress. Істотним обмеженням автономних блогів є більш складна, порівняно з іншими блогами, процедура пошуку користувачів – фактично йдеться про повноцінну «розкрутку» сайту, що може собі дозволити далеко не кожен блогер.

Блог-платформи – це спеціальні сервіси, що надають інтернет-користувачеві готові форми й елементи керування блог-записами для створення та оновлення особистого блога, по суті, це – можливість створити блог, інтегрований у велику мережу, наприклад Blogger, LiveJournal, LiveInternet, Vlogpost тощо. Блог-платформа має багато користувачів, які можуть прочитати вашу публікацію, прокоментувати її чи поширити інформацію про неї серед своїх друзів і знайомих. Блог-платформа – це завжди

певна структура, офіційні та неофіційні правила, а також специфічна технічна складова, яку необхідно враховувати.

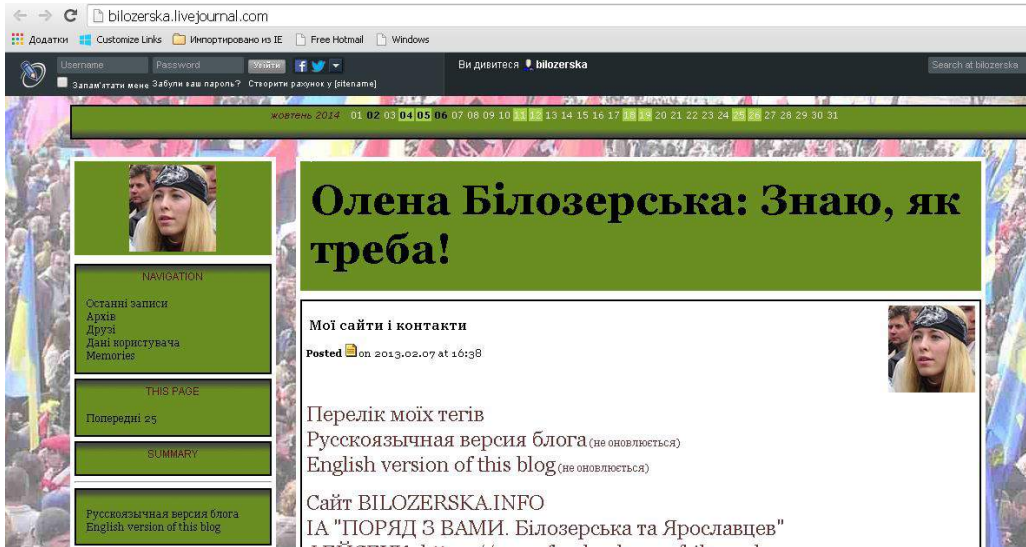


Рис. 5.2. Сторінка українського блогера О. Білозерської на сайті «Живий Журнал»  
Джерело: <http://bilozerska.livejournal.com>

Блоги інтегровані в новинні сайти. Більшість українських новинних ресурсів надають можливість створити блог на власній блог-платформі, інтегрованій у цей новинний сайт. Популярними є блоги на сайтах «Українська правда», «Корреспондент.net», «ЛігаБізнесІнфо» тощо. Це дає змогу просувати свій блог, коментуючи новини й публікації ресурсу, а також спрощує пошук цільової аудиторії, оскільки користувачі сайту вже є представниками певної аудиторії.

Усі блогові ресурси надають користувачам можливість публікувати записи в режимі онлайн-щоденника, надаючи для цього готовий інтерфейс (з різними варіантами дизайну) і єдиний інформаційний простір. Структура публікацій блогу передбачає представлення відкритих для вільного читання й коментування у стрічці новин або стрічці блогових записів (постів) інформаційних параграфів, що мають тему, дату публікації, власне, зміст у форматі гіпертексту (думки автора, цитати, посилання

на інші сайти і блоги в Інтернеті, зображення, відео тощо); систему тегів і поле інтернет-коментарів. Як правило, інтернет-коментарі розміщуються разом з аватарами їхніх авторів, причому ланцюжок коментарів до одного блогового запису вибудовується в тред. Як правило, сторінки блогу також містять посилання на архів – попередні пости, згруповані за місяцями й роками.

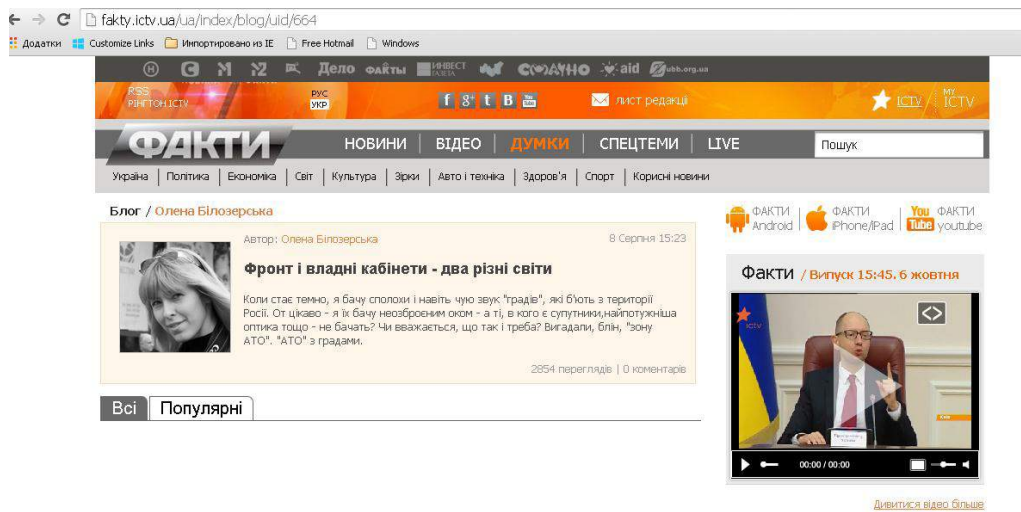


Рис. 5.3. Сторінка українського блогера О. Білозерської на порталі «Факти»

Джерело: <http://fakty.ictv.ua/ua/index/blog/uid/664>

Особистий профіль – це елемент веб-сторінки блогу, який представляє інтернет-читачам інформацію про автора та його блог. Як правило, відомі блог-платформи пропонують користувачам стандартні блоки для заповнення: ім'я (реальне чи вигадане – нік), дата народження, стать, освіта, місце розташування, фото автора (аватар). Для автономних блогів характерна наявність окремої вкладки з особистою інформацією про автора з фото, а також опис головної ідеї блогу. Інтерфейс блог-ресурсів: [www.diary.com](http://www.diary.com), <http://www.my-diary.org>, <http://www.opendairy.com>, <http://itsmydiary.com> – різняться від відомих світових блог-платформ: [www.livejournal.com](http://www.livejournal.com), [www.blogger.com](http://www.blogger.com), [www.blogs.mail.ru](http://www.blogs.mail.ru) – і являє собою інтернет-блокнот з тематичними блоговими записами користувачів, які

також розміщені у зворотному хронологічному порядку. Спеціальні пошукові сервіси на зразок «Google – пошук у блогах», що призначені для обробки пошукових запитів, широкий спектр рейтингів (найпопулярніших блогів, авторів, співтовариств, найрезонансніших записів) допомагають відстежувати найбільш помітні явища в блогосфері. Крім того, спеціальні програми, так звані RSS-рідери, дають можливість сформувати стрічку обраних блогів і регулярно відстежувати записи конкретних авторів.

Зростання як кількості, так і значення блогів актуалізувало наукове осмислення цього явища в контексті комунікативістики, лінгвістики, соціології, політології та з'ясування видової і жанрової належності блогів у інтернет-дискурсі. Очевидно, що всупереч назві аналізованого явища, що прямо визначає блог як інтернет-щоденник, особисті інтернет-сторінки лише частково співвідносяться з мемуарною інформацією. Блог в індивідуально-авторському аспекті періодично переймає від щоденника афористичність, непослідовність, надмірну абстрагованість думок (коли фактографічну дійсність складно відокремити від ліричного осмислення), переважання побутової деталі, документальну та публіцистичну відкритість. Але головна відмінність полягає в тому, що блоги (у своїй більшості) розраховані на масового читача та зовнішнє коментування [24, с. 98]. Головна мета блогу – це побудова комунікативного майданчика, де комуніканти можуть спілкуватися один з одним (to update, inform, or advise), виражати свої почуття (to greet or grumble, to pontificate, confess), і, звичайно, розмірковувати на різні теми (to create and to think) [46, с. 231]. Процедури постингу, коментування, включення інших користувачів у друзі, читання, застосування візуальних засобів, робота над оформленням щоденника, участь у житті співтовариства тощо вказує на те, що вести мережевий щоденник – це значить перебувати і діяти в ньому [28]. З. Папачаріссі (Z. Papacharissi) у праці *Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs (2004)* доходить висновку, що блоги є новою, персоніфікованою формою використання Інтернету; своєрідним компромісом між індивідуальною та публічною сферою роботи з інформацією [47]. Тому сучасні блоги можна розглядати як систему комунікацій виробника інформації та її реципієнтів в інтернет-просторі.

Дещо інші цілі особистісного позиціонування переслідує мікроблогінг (англ.: micro-blogging) – це форма блогінгу, яка дає змогу писати

та публікувати короткі замітки (один пост може містити не більше ніж 140 символів), тобто кожен запис обмежений. Будь-яке повідомлення може бути доступним користувачам мікроблогу для перегляду та коментарів.

За своєю суттю мікроблогінг є технологією, орієнтованою на спільне використання контенту та співробітництво (англ. collaborative technology). Структурно-комунікативні (сервісні) характеристики мікроблогінгу передбачають можливість тегування – встановлення «міток» – ключових слів за допомогою хештегів (англ.: hash tags) і високим рівнем інтегрованості в інші платформи Web2.0. Повідомлення можуть бути передані через різні канали, включаючи інші блоги, веб-сайти, мобільні телефони, електронну пошту тощо. Це, швидше, не традиційний блог, а засіб оперативного спілкування, гібридна форма, яка поєднала в собі властивості декількох інтернет-сервісів: служби миттєвих повідомлень, блогів, електронної пошти та соціальних мереж.

Серед мікроблогів найбільш популярним сервісом є Twitter, що з'явився у 2006 р. Виходячи з порівняння кількості користувачів, зареєстрованих на мікроблогах, його основним конкурентом є сервіс мікроблогів Джайку (англ. Jaiku), що належить компанії Google.

Головні завдання особистих блогів у Twitter та інших платформах мікроблогінгу – пошук цікавих інтернет-ресурсів, контактів і отримання різних новин, щоб «залишатися в курсі подій». Мікроблогінг – це особлива форма ведення блогу, спосіб інформування та підтримки зв'язків, тому його прагматичні параметри визначаються цілями комунікації: повідомити своїм передплатникам про цікаві події, привернути увагу та збільшити кількість шанувальників. Так, одна з найпопулярніших мікроблогових платформ Twitter керується девізом The best way to discover what's new in your world <sup>6</sup>.

Аналіз мікроблогінгу дає змогу говорити про нього як про новий жанр інтернет-комунікації, у якому проявилася гібридна та конвергентна сутність нових соціальних медіа, так і інтернет-жанрів у цілому. Так, Twitter може виступати і як комунікативний майданчик, що служить для об'єднання та консолідації віртуального співтовариства, і як новинний портал, що надає оперативну інформацію про події в навколишньому світі. Він може відігравати роль «користувацького термометра», що показує всі нюанси в змінах настроїв і статусів його користувачів [10].

---

<sup>6</sup> Кращий спосіб дізнатися, що нового є в навколишньому світі.



Сьогодні активно відбувається стирання меж між блогами та засобами масової комунікації. Поширеність і доступність платформ зробила доступною можливість створювати блог, що позиціонується як ЗМІ, чи, навпаки, включати блоги в структуру інтернет-медіа як розділи чи субпортали для коментування важливих суспільних подій. Деякі інтернет-видання та портали новин складаються з блогів постійних авторів (співробітників і консультантів), які можуть розвивати тематичні напрями самих видань. Крім того, на злиття ЗМК і блогів вказує факт дедалі частішого звернення інтернет-видань до блогів, мікроблогів, соціальних мереж, відеогостингів як до джерел інформації. Процеси медіа-конвергенції, що відображають стирання меж між професійними журналістами та непрофесійними учасниками блогосфери, які можуть активно залучатися до створення новинного чи публіцистичного контенту, дає можливість, з одного боку, робити дослідникам висновки про інформаційну експансію блогів і витіснення ними інших жанрів [15, с. 178–188], а з іншого – активізує наукові та професійні дискусії щодо місця та специфіки блогів у масових комунікаціях.

Відкритим залишається питання жанрової належності блогів. З одного боку, блог-статтю можна розглядати як новий, окремих і повноцінний жанр інтернет-публіцистики [22]. Проте в цьому випадку поза визначенням залишається специфіка блогу як сукупності не лише авторських постів-публікацій, а й коментарів, гіперпосилань. Тому логічно розглядати аналізоване явище комплексно, і, визначаючи структурні та функціональні властивості блогів, услід за американськими фахівцями С. Херрінг (Susan C. Herring) та її колегами, відносити блоги до гібридного жанру, що поєднує в собі деякі риси стандартних веб-сторінок, асинхронних і синхронних засобів мережевої взаємодії (форумів, чатів, гостьових книг, електронної пошти) та традиційних публіцистичних форм [42]. Легкість публікації й пошуку, швидкість розповсюдження та соціальна значущість блогів, можливість прямого зв'язку між авторами (блогерами), існування блогосфери як єдиного інтерактивного простору дають змогу дослідникам виділяти жанр особистого блогу як особливого комунікативного жанру персонального інтернет-дискурсу.

Відзначимо, що гібридність, яка полягає у поєднанні різних інтернет-жанрів, може вважатися характерною рисою Web2.0 як методики проектування комп'ютерних мереж, що об'єднують тексти, створені за

допомогою системасинхронного спілкування в Інтернеті (передбачає наявність декількох комунікантів; збереження повідомлень на тривалий період часу, їх доступність), міжособистісне спілкування на основі миттєвих повідомлень (ІМ – Instant Messaging) і доповнюється різноманітними мультимедійними та інтерактивними можливостями.

Водночас дослідниця О. Галічкіна пропонує відмовитись від спроб жанрового визначення блогу та розглядати блогосферу через представлені в ній різножанрові тексти, унаслідок чого блог пропонується вважати специфічною віртуальною оболонкою – простором для актуалізації текстів із широкою тематикою та жанровим різноманіттям [9, с. 58].

Незалежно від статусу гібридного жанру, жанру персонального інтернет-дискурсу чи специфічної віртуальної оболонки, блогосфера, як частина комунікативного простору, характеризується низкою специфічних рис, таких, як глобальність і демократизм: розмиті межі форм спілкування – відсутність чітких політичних, державних, економічних, соціальних і вікових обмежень створюють можливості для включеності користувачів зі всього світу, міжкультурної, масової та міжособистісної комунікації; суб'єктивність, соціальний характер.

Блогосфера є водночас комунікативним простором і частиною віртуальної реальності, створеної користувачами мережі Інтернет. Як частина, інтернет-блогосфера є дуже індивідуалізованою, тобто дає можливість користувачам створити власне представництво у віртуальній реальності, стати комунікатором для певної аудиторії, а також задовольнити свої потреби в самореалізації та самовираженні. Оскільки метою будь-яких щоденникових записів є не стільки виклад подій, скільки вираження свого ставлення до них, блог у більшості випадків орієнтований на можливість вираження особистісної позиції автора. Тому загальною рисою для всіх сегментів блогосфери можна назвати суб'єктивність подачі матеріалів і персоналізацію за рахунок формування в текстах блогів особистісної позиції автора, що проявляється в структурних особливостях і тематиці текстових записів, що ведуть до розкриття внутрішнього світу особистості.

Важливим аспектом видається й така риса інтернет-комунікації, як анонімність – дистантність при бажанні забезпечує можливість учасникам спілкування надавати про себе відомості в обмеженому чи неповному форматі, або ж такі, що не відповідають дійсності. Водночас під анонімністю

опублікованої інформації розумітимемо принципову неможливість перевірити достовірність інформації про співрозмовника чи повноту інформації про нього. Анонімність важлива не лише в контексті розвитку блогосфери в умовах недемократичних суспільств і політичних переслідувань. Саме анонімність обумовлює психологічний комфорт комунікантів, звільняючи користувача від необхідності справжньої самопрезентації, і тим самим відкриває можливість для конструювання альтернативних самопрезентацій, дає змогу блогерам коригувати соціальний статус і незалежно від раси, віку та статі більш вільно висловлювати власні думки. З іншого боку, анонімність створює ризик відчуття відсутності контролю та загострює питання довіри до невідомої особи.

Перевагами блогінгу є гіперлокальність: блогери інформують, як правило про те, на чому розуміються найкраще, водночас блогер не обмежений тематикою свого блогу, який може бути як новинними, так і спеціалізованими (стосуватись маркетингу, fashion-індустрії чи політики). Блогосфера є водночас засобом і простором міжособистісної та масової комунікації. Фактично сфера комунікації особистого блога являє собою сукупність різних комунікацій – побутової, політичної, правової, наукової, культурної, бізнес-комунікації тощо. Більше того, саме суб'єктивність, особистісний характер є однією з передумов успішності блогів, так само, як відомі випадки провальних рекламних кампаній, побудованих на спробах привернути увагу через фальсифікацію, створення сфабрикованих повідомлень, делегування ведення блогів від імені публічних осіб професійним авторам [8].

*Непрофесійність і добровільність* блогінгу приводять до *стихійного подання інформації* – тоді, коли висловитись забажає сам комунікант [12]. Водночас хоча для блогів, у силу їх персонально комунікаційної природи періодичність не є конституюючою ознакою, ведення успішного блогу та утримання інтересу читачів передбачає оперативне обов'язкове оновлення текстів.

Блогосфера, визначена М. Кастельсом як простір для розгортання суспільних практик [36], характеризується демократичністю, що проявляється у відкритій для всіх учасників спілкування можливості впливу на суспільну думку. На початковому етапі розвитку інтернет-аудиторія відрізнялася представленістю високоосвічених, політично активних професіоналів: програмістів, учених, журналістів, політичних лідерів, лобістів. Проте

зростання можливостей масового доступу до Інтернету на основі технологій Веб 2.0 сприяло розширенню освітнього, вікового, професійного, матеріального та культурного рівня інтернет-аудиторії. Зростаюча залученість аудиторії до процесу виробництва та медіації контенту надає їй нових якостей, що дає змогу назвати сучасних користувачів просьюмерами (від producer – виробник і consumer – споживач) [1, с. 14–24]. Виміром *страטיפікації блогерів* є авторитетність, що фіксує різноманітні рейтинги за такими показниками, як, наприклад, цитування, відвідування блогу, кількість читачів.

Блогам загалом притаманна формальна відкритість, незавершеність – автор завжди може змінити курс розвитку своїх записів, навіть видалити свої матеріали чи коментарі. Цензура в персональних блогах практично відсутня.

Для більшості блогів характерний неформальний стиль спілкування – домінування в текстах розмовної лексики, причому оціночно-маркованої, з оцінною конотацією (за винятком блогів більшості відомих політиків – у текстах їх блогових записів переважає офіційно-ділова лексика); широко використовуються стилістичні засоби та прийоми: яскраві порівняння, метафори, гіперболи, іронія, риторичні звернення, що допомагають привернути увагу до особливої авторської позиції. Поряд з домінуванням лексики розмовного стилю, в особистих блогах спостерігається використання запозичень і поширення інтернет-лексем: «гуглити», «лайкнути», «фоловити», «шейрити», «репостити», «ретвітнути»<sup>7</sup>; різних інтернет-скорочень: LOL (англ. Laughing Out Loud – голосно сміятися), ІМНО (англ. In My Humble Opinion – на мою скромну думку) тощо.

Головна особливість лексики мікроблогу Twitter – розмовна лексика, що поєднується з телеграфним стилем спілкування – сенс кожного твіту есплікується в мінімальному обсязі слів, обмежених розмірами поста, – усього 140 символів.

Сучасна інтернет-лексика та інтернет-акроніми в інтернет-комунікації сприймаються і блогерами, і читачами як звичні вирази, зрозумілі без особ-

---

<sup>7</sup> *Гуглити* – шукати в системі Google; *лайкнути* – уподобати, поставити позначку like; *фоловити*, *фоловер* (від англ. follower – послідовник) – бути читачем у Twitter і в інших соціальних мережах, блогах, порталах; *репостити*, *шейрити* (від англ. re post – повторно; to share – ділитися) – повторна публікація повідомлення інших користувачів у межах одного ресурсу; *ретвітнути* – поширити, розмістити на своїй стіні твіт – запис у мережі мікроблогів Twitter.

ливих пояснень, тим самим налаштовуючи на особисту, довірливу, позбавлену офіційності бесіду – «для своїх». Емоційна виразність додає текстам особливого колориту та дає змогу створити коло читачів, які поділяють або цікавляться позицією автора.

Зрозуміло, що далеко не кожен дописувач блогосфери може стати лідером думок, успіх визначається цілою низкою обставин, як об'єктивних, так і суб'єктивних, ідеться про відкритість комунікації у блогосфері, що визначає значну роль соціальних медіа і зокрема, блогосфери, у формуванні громадянського суспільства та соціальної активності, що визначається як ступінь прояву можливостей та здібностей індивіда як члена соціуму, активна належність особистості до окремих спільнот чи суспільства загалом, що відображає перетворення особистості з об'єкта в суб'єкт соціальних відносин.

Отже, блогосфера – простір, що достатньо часто, особливо в країнах з демократією, що розвивається, використовується для комунікації з питань, що становлять суспільний інтерес і потенційно вимагають колективних дій. Таким чином, блогосфера використовується не тільки для обговорення політики та критики уряду, а й для мобілізації всякої суспільно корисної діяльності. Водночас, як показала недавня публікація Американського інституту миру, запитань про вплив Інтернету на колективні акції набагато більше, ніж відповідей на них [31].

Функціональні характеристики блогосфери включають гіпертекстуальність, що як медійний параметр будь-якого інтернет-жанру описує систему функціонування гіпертексту особистого блогу як складного поля, створеного його елементами – профілем, стрічкою блогівих записів, архівом записів, списком друзів (followers), можливостями пошуку в розміщених блогівих записах, пов'язаними гіперпосиланнями як усередині самого блогу, так і між окремими блогами.

Інтерактивні можливості блогу визначаються його природою як публічно-особистого інтернет-щоденника з роздумами автора, орієнтованими на відкритість для діалогу з іншими користувачами, що реалізується не тільки в розміщених текстах автора, а й у текстах інтернет-коментарів. Блогосфера є простором, створеним в основному колективно, і найчастіше спирається на ресурси Web2.0, такі, наприклад, як YouTube чи Вікі-сторінки, ніж на більш традиційну організацію новин – політично орієнтовані

блогери швидше, хоча і не виключно, воліють посилатися на широкий діапазон незалежних джерел новин та інформації. YouTube є найбільш часто цитованим сайтом для блогерів – такі дані аналізу американської, арабської та російської блогосфери [29, с. 41]. Таким чином проявляються мультимедійні параметри блогів – поєднання тексту та невербальних компонентів – фото, відео, анімаційних заставок. Американська дослідниця інтернет-комунікацій Б. Нарді (Bonnie Nardi) підкреслює мультимедійний характер і комунікативну специфіку блогів, визначаючи цей феномен: блогіві записи є текстовими повідомленнями, що також можуть містити фото та мультимедіа [46, с. 222].

*З позиції ефективності блогу як складової масових комунікацій важливою є така характеристика, як оперативність* – відомими є факти висвітлення блогерами подій швидше, ніж традиційними засобами масової інформації. З одного боку, у таких випадках ідеться, як правило, про поширення повідомлень очевидців, з іншого – блогери, не обмежені професійними вимогами, що висуваються до поширення новин ЗМІ, можуть поширювати інформацію без обов'язкової для професійної журналістики перевірки та обробки. Таким чином, оперативність блогосфери може супроводжуватись зниження якості інформування – мовної та стилістичної грамотності текстів; достовірності даних; блоги мають найнижчий рівень аналітичності і містять тільки суб'єктивну думку [12].

Блогосфера як соціальна мережа користувачів і засіб масової комунікації виконує ряд функцій – як явних, так і побічних чи факультативних. Для їх дослідження цілком виправданим видається підхід з точки зору теорії функціоналізму, зокрема, виокремлення двох груп функцій, що їх услід за Р. Мертоном називатимемо явними та латентними функціями, оскільки важливо дослідити не лише очікувані та очевидні наслідки явища, задоволення соціальних потреб, заради яких воно виникло і існує, але й побічні, такі, що носять ненавмисний характер і їх наслідки усвідомлюються не відразу і не завжди [18, с. 233].

Аналіз праць фахівців у галузі соціології та психології комунікацій [2, 8, 12] дає змогу виділити та систематизувати функції блогосфери. Серед явних функцій блогосфери, заради яких, власне, і створювалися перші мережеві щоденники, вихідної мети існування блогів, слід виділити: *інформаційно-комунікативну* – задоволення потреб учасників у інформації,

розширення комунікативного діапазону; *експресивну* – функціонування блогосфери як простору вираження думок та емоцій; *самопрезентативну* – можливість оприлюднення інформації особистого характеру, орієнтованої на реалізацію самопрезентаційних стратегій, презентації особистих якостей, що виправдовують право оцінки навколишньої дійсності; *рекреаційну*, що об'єднує розважальні інтереси користувачів; *мемуарну та рефлексивну* – за допомогою фіксації тих чи інших подій життя і думок; *психотерапевтичну* – досягнення психологічного комфорту за рахунок отримання підтримки від читачів.

До латентних функцій блогосфери можна віднести *інтеграційну* – формування колективної ідентичності через об'єднання авторів за життєвими позиціями та інтересами [24]; *культуротворчу* – самореалізація блогерів стає фактором формування віртуальної субкультури, зразки, цінності та норми якої не завжди збігаються з тими, що продукує домінуюча культура суспільств, членами яких є блогери [38]. Блогосфера здатна виступати простором накопичення *соціального капіталу* – формування та підтримання соціальних зв'язків як сукупності реальних і потенційних ресурсів, що ґрунтуються на членстві в певній групі [6]. Об'єм соціального капіталу блогера залежить від розміру мереж зв'язків, що склалися навколо нього, а також від об'єму соціальних капіталів, якими володіють ті блогери, які з ним пов'язані і може бути конвертованим в інші форми капіталу [2].

Блогосфера здатна виступати майданчиком для формування громадської думки. Авторі найбільш популярних блогів впливають на думку блогерів, для яких вони є авторитетами. Громадська думка, яку формують блогери, виходить за межі блогосфери, оскільки вони є членами реальних суспільств, а не лише учасниками віртуальних спільнот у блогосфері [36]. Дедалі частішають випадки, коли представники засобів масової комунікації звертаються до популярних блогерів із пропозицією прокоментувати певні події громадського життя, тобто висловити свою думку, яка б могла бути авторитетною для широкого кола людей [49]. О. Горошко зазначає, що ведення блогів відомими політиками впливає на формування політичного порядку денного. Їх реальна цільова аудиторія – це не просто люди у віці до 35 років, а журналісти та професійні оглядачі [11]. Дійсно, блоги допомагають вести діалог влади з народом у форматі «тут і зараз», що також є фактором локалізації особистості політика в просторі Інтернет.

Успіх такого діалогу забезпечується розмитістю кордонів між особистим і публічним у блозі, можливістю включення в комунікацію абсолютно будь-якого користувача Інтернету. Водночас цей простір може бути плацдармом для випробувань нових технологій впливу, зокрема рекламних і політичних, проведення явних або прихованих фокус-груп маркетологами та фахівцями з реклами [49].

Оскільки у блогосфері, як і в будь-якому іншому комунікативному просторі, може формуватися громадська думка, а технології впливу на аудиторію блогів постійно досліджують і розвивають відповідні фахівці, то політичні, громадські, комерційні організації дедалі активніше використовують блогосферу для самопрезентації. Корпоративні блоги, тобто ті, що створюють певні соціальні організації для забезпечення зв'язків із громадськістю, є прикладом таких представництв інтересів у блогосфері. Наприклад, в україномовній та російськомовній блогосфері, у тій частині, що орієнтована на громадян України, під час передвиборної кампанії 2009–2010 рр. активно діяли автори блогів, що презентували явно чи приховано інтереси різних політичних сил, зокрема персональні блоги С. Тігіпка ([tigipko.livejournal.com](http://tigipko.livejournal.com)), М. Бродського ([mihailobrodskiy.livejournal.com](http://mihailobrodskiy.livejournal.com)), І. Богословської ([bogoslovska.livejournal.com](http://bogoslovska.livejournal.com)) та блог, у якому представник штабу В. Ющенко висвітлював його передвиборну кампанію ([eshil-ua.livejournal.com](http://eshil-ua.livejournal.com)).

Користувачі блогосфери до певної міри (очевидно, що вони не є єдиним її носієм і джерелом формування) формують громадську думку, яку поширюють за межі блогосфери як і самі блогери, так і представники традиційних засобів масової комунікації.

Сьогодні відбувається *комерціалізація* блогів, і можна виділити окрему групу інструментальних блогерів, що використовують блогосферу як засіб отримання прибутків. Підприємства та політичні організації створюють свої блоги, пропонують платні послуги, із блогосферою пов'язана так звана «віртуальна економіка», грошові одиниці якої конвертують у національні валюти держав, громадянами яких є блогери.

Деякі дослідники блогосфери, зокрема, Д. Джилет, С. Робінсон (J. Gillett, S. Robinson) [38, 48], підкреслюють, що участь у житті блогосфери дає можливість її користувачам самостійно обирати джерело інформації, альтернативне традиційним засобам масової комунікації, та самим ставати



джерелом інформації. Таким чином, вони основне призначення сучасної блогосфери вбачають у її *перетворенні* в альтернативний засіб масової комунікації та поступове перебирання функції традиційних засобів масової комунікації. Дослідження у сфері спілкування виявляють складні процеси селективного впливу, завдяки яким люди вибирають ті засоби масової інформації, звідки вони хочуть отримувати. Щоб отримати інформацію, інтерпретувати її та пам'ятати або забувати цей досвід відповідно до їх поточних інтересів та переконань [51]. Індивідуальні переваги в блогосфері виражаються у виборі того, що читати, про що писати, на що посылатися і що коментувати. Публікація посылань, з якими ви згодні або не згодні, лежить у самій основі блогів і вкрай просто реалізується в них. Результатом подібної поведінки в мережі є мережевий дискурс, представлений для проведення наукових досліджень як масивний корпус тексту та гіперпосилань.

З викладеного випливає, що сьогодні відбувається зміщення акценту з явних функцій блогосфери на латентні. Розвиток інтернет-технологій розширює можливості функціонування демократії через зростання масштабів використання Інтернету незалежними журналістами, політичними активістами чи пересічними громадянами для отримання та поширення інформації, створення нових платформ для дебатів, підсилення соціальних рухів тощо. Інтернет дає змогу долати географічну дистанцію, расові, вікові, гендерні перепони, знімає обмеження часових поясів, що може сприяти взаєморозумінню, толерантності, виробленню спільних цінностей та ін.

Крім явних і латентних функцій блогосфера має і дисфункції [2; 16, с. 41]. По-перше, відбувається збільшення розриву між активними та пасивними індивідами через нерівномірність доступу до інформаційних технологій у світі. По-друге, індивідуалістичний характер цифрових технологій може бути небезпечним для громадянського суспільства через можливе ослаблення та розмивання колективних дій та зв'язків усередині реальної спільноти, декларативно-віртуальну участь у громадському житті тощо.

По-третє, непрофесійний характер масових комунікацій у блогосфері може призводити до профанації обговорюваних проблем, коли в центр уваги користувачів блогосфери потрапляють предметні сфери, у яких вони не є компетентними, унаслідок чого уявлення блогерів про предмети обговорення є спрощеними чи навіть викривленими. Оскільки, як

згадувалося вище, користувачі блогосфери беруть участь у формуванні громадської думки, наслідком профанації – як умисної, так і неумисної є, зокрема, викривлення інформації та некоректне формування громадської думки.

У контексті згаданого умисного викривлення є сенс говорити про маніпулятивні технології, що реалізуються в блогосфері і належать, без сумніву, до її дисфункцій. Дезінформація як умисне поширення викривлених та усвідомлено хибних тверджень задля досягнення певної переваги становить небезпеку остаточного перетворення блогосфери на простір інформаційних війн і втягнення в них аудиторії блогів. Умисне поширення дезінформації в блогосфері, наприклад, поширення пліток або зведення наклепу формально має наслідком правову відповідальність, проте такі випадки не завжди є підконтрольними законодавчим нормам.

У сучасному суспільстві дедалі актуальнішою стає теорема Томаса, згідно з якою ситуація, що уявляється індивідом як реальна, стає реальною за своїми наслідками. Таким чином, блог може ставати об'єктом маніпулювання громадською думкою через розгортання дискусій, створення віртуальних конфліктів, наслідки яких можуть бути цілком реальними.

Крім поширення дезінформації в блогосфері існують також інші типи протиправної поведінки, наприклад, поширення матеріалів агресивного, протиправного змісту, порушення авторських прав. Боротьба з делінквентною поведінкою блогерів ускладнює відсутність чіткого нормативного регулювання правовідносин у мережі Інтернет.

Фактично блоги сьогодні є не просто важливим, а невід'ємним елементом сучасної системи масової комунікації. Вони нерідко виступають оперативними та достовірними джерелами фактологічної інформації. Блогосфера сьогодні є органічною та невід'ємною частиною професійної журналістики. У блогах дедалі частіше можна зустріти репортажі, журналістські розслідування, звіти та інші, побудовані на конкретних фактах, матеріали. Блогосфера формує альтернативний інформаційний порядок денний, що корелюються з порядком денним ЗМІ або державної пропаганди лише частково, виступає джерелом тем, фактичного матеріалу, особистих оцінок і живих свідчень. Сьогодні професійні ЗМІ надають можливість інформаторам завантажити фото або відео, подібні проекти є у CNN, the Guardian, Aftonbladet (популярної шведської газети). У недавньому матеріалі the Economist зазначається,

що нині дедалі частіше очевидці подій публікують свої матеріали в соцмережах, а не за допомогою спеціальних платформ професійних медіа. За інформацією the Economist, у 2005 р. майже весь згенерований користувачами контент, що використовували BBC, був наданий безпосередньо організації. Сьогодні же половину таких матеріалів знаходять у соціальних мережах. Так, у BBC створено окремий відділ, працівники якого займаються пошуком, відбором і верифікацією цікавого контенту в соціальних медіа. Подібні, але менші відділи існують у всіх провідних виданнях західних країн.

Таким чином, у інформаційних потоках блогосфери – розважальних, просвітницьких, політичних тощо, можна виокремити таке явище, як громадянська журналістика. З власне блогінгом його пов'язують технічні платформи й форма дописів, за змістом громадянську журналістику можна визначити як активну участь аудиторії в процесі збирання, аналізу й поширення новин та інформації. Ш. Боуман і К. Уїлліс (S. Bowman, C. Willis) у доповіді «Ми медіа: як аудиторія формує майбутнє новин та інформації», на замовлення медіа-центру Американського інституту преси, наголошують, що метою такої участі аудиторії в журналістській діяльності є надання незалежної, надійної, точної, повної та актуальної інформації відповідно до вимог демократичного суспільства [34].

Журналіст та експерт із соцмереж А. Вельф відзначає такі очевидні переваги громадянської журналістики: чисельність «кореспондентів» – таку кореспондентську мережу не може дозволити собі утримувати жодне видання, тому більшість користувачів обирають блоги, як можливість отримати різнобічну інформацію безпосередньо від очевидців, складаючи таким чином «інтегральну картину того, що відбувається з багатьох точок зору»; незалежність – інформація з перших рук, отримана від безпосередніх очевидців подій, відсутність редактури, відсутність географічних і часових меж (у блоги люди пишуть звідки завгодно і коли завгодно), багатовимірність інформаційної картини; безкоштовність контенту для читачів [7].

Аналіз реалізації блогами та соціальними мережами функцій засобів масової комунікації: формування масової психології, формування загальних емоційно-психологічних настроїв аудиторії (інтеграційно-комунікативна), забезпечення аудиторії певним набором інформації (інформаційна), сприяння формуванню узагальнених цінностей (соціалізуючи виховна),

стимулювання напрямів конкретних дій маси (організація поведінки) засвідчує їхній прямий зв'язок [5].

За комунікативною метою соціальні медіа можна віднести до інформативно-оцінювальних жанрів (за Т. Шмельовою), де головними завданнями є: різні операції з інформацією, її надання або запит, підтвердження або спростування (інформативний тип); зміна почуттів учасників спілкування, через співвідношення їх вчинків, якостей та всіх інших маніфестацій із прийнятою в цьому суспільстві шкалою цінностей (оцінювальний тип) [3].

У книзі *Wealth of Networks*, Й. Бенклер (Y. Benkler) [32] стверджує, що користь мережевих систем комунікацій полягає в зміні архітектури ЗМІ, що дає змогу різноспрямованим інформаційним потокам проникати в них, а також у зниженні вартості поширення інформації для широкої аудиторії. Фізичні особи можуть стати активними творцями та виробниками політично значущої інформації, просто беручи участь в інтернет-дискусіях. Й. Бенклер описує мережеву соціальну сферу як онлайн-простір, у якому члени спільноти можуть співпрацювати, озвучувати політичні переконання, і разом здійснювати контроль над суспільством за допомогою онлайн-ової, спільної, створеної у співпраці моделі, яка не підкоряється державній волі. В умовах авторитарних режимів мережеві комунікації дають можливість ідеям легко обходити традиційні механізми контролю.

Водночас американські фахівці у сфері масових комунікацій, що досліджують блоги, за результатами аналізу блогосфери англомовних демократичних країн, займають більш критичну позицію щодо цього, стверджуючи, що Інтернет, як правило, сприяє створенню «камери відлуння», у яких користувачі зі схожими інтересами самостійно групуються в невеликі колективи зі схожими поглядами [53]. Фактично люди, які дотримуються певної політичної точки зору, читають матеріали, які лише підкріплюють їхню віру та ідеї, і ставлять лінки до блогів однодумців. Те ж саме відбувається з людьми, які дотримуються протилежної думки.

Це призводить до того, що в результаті фільтрації новин та інформації, яка не відповідає вже існуючим поглядам, думки в суспільстві поляризуються. В американській блогосфері дослідники виділяють чітко означені кластери блогерів, зосереджених на обговоренні політичних питань з певної політичної точки зору, які посилаються на ідеологічно дружні ЗМІ, а також на блогерів з тими ж політичними переконаннями. Наприклад, в аме-

риканській політичній блогосфері ліберали та консерватори утворюють розмежовані розділені кластери, кожен з яких цих політизованих кластерів посилається на джерела новин, які дотримуються відповідної ідеології, а також не посилається безпосередньо один на іншого, навіть для того, щоб вступити в прямі дискусії [39]. Дослідження ідеологічної гомофільії серед американських політичних блогерів виявили, що тільки близько 10–15 % усіх посилань у постах серед американських політичних блогерів перетнули «політичний кордон» [30].

К. Лорд (Kristin M. Lord) [43] також дотримується песимістичного погляду на інформаційну революцію та спекуляції з приводу її потенційного внеску в забезпечення більшої демократії та миру. К. Лорд вказує на способи, за допомогою яких нові засоби масової інформації також передають шкідливу інформацію та дезінформацію, і як вони можуть сприяти поширенню ненависті та конфліктів з тією ж легкістю, з якою вони поширюють мир і взаєморозуміння.

Очевидно, що прогнози щодо витіснення в майбутньому чи навіть зникнення професійної журналістики під тиском журналістики громадянської – передчасні. Аналіз посилань у соціальних мережах на джерела новин, здійснений Н. Сілвером, показав, що серед першої тридцятки найпопулярніших джерел майже всі – традиційні, на зразок агентства Associated Press чи сайту The New York Times. Експерт дійшов висновку, що невелика кількість великих медіа-брендів досі контролює більшість інформаційних потоків, і дискусія в мережах відбувається на теми, які добирають саме вони [52]. У цьому контексті логічно очікувати трансформації, як професійної, так і блогерської журналістики: традиційні видання вже впроваджують (і ця тенденція, очевидно, зберігатиметься) мережеві технології, що передбачають участь читачів: форуми, майданчики для блогінгу, спеціальні проекти. Професійні журналісти активно працюють у блогосфері.

Таким чином, трансформаційні процеси мережевих інформаційних ресурсів впливають на процес удосконалення соціальної структуризації суспільства, вони дають підстави говорити також про виникнення нової філософії та архітектури медіа, базованих на синтезі «традиційного» і «соціального» підходів до масової комунікації.

## 5.2. Особливості функціонування української блогосфери

Попри те, що блогосфера є глобальною мережею, особливості національних процесів інформатизації, а також специфіка політичного, економічного, культурного життя в різних країнах дає змогу говорити про формування національних сегментів інформаційного простору, у якому функціонують блоги з достатньо вираженими національними особливостями. З'ясування специфіки розвитку української блогосфери потребує чіткого окреслення предмета аналізу, і відповідно – визначення її меж. Одним із ключових показників національного простору в мережі Інтернет виступає мова. Серед окремих українських блогерів і політиків побутує думка, що український сегмент блогосфери та Інтернету загалом має визначатися за мовною ознакою. За цією ж логікою російські дослідники представляють українську блогосферу частиною загальноросійської, з огляду на домінуючу в ній російську мову. Так, робот Yandex.Ru, що генерує значну частину статистичної інформації, на якій базуються дослідження, автоматично вважає сервера в домені UA російськими.

Показовими є результати дослідження російськомовної блогосфери Центром Беркмана при Гарвардському університеті 2010 р. [29], де блоги, написані авторами з України, Білорусі, Ізраїлю, Вірменії, та відповідні сегменти блогосфери розглядають як регіональні складові російськомовної блогосфери.

Утім, для досліджень специфіки українських масових комунікацій виокремлення національного інформаційного простору за мовною ознакою не може вважатися репрезентативним, оскільки в умовах білінгвізму в Україні продукується як російськомовний, так і україномовний контент, паралельно з публікаціями іншими мовами. Якщо, наприклад, брати до уваги лише мовний показник, то доведеться виходити із даних, за якими на одному з найпопулярніших блогів майданчиків – «Живому Журналі» налічується всього 49 україномовних блогерів, які мають понад 1000 читачів, при цьому понад 60 % україномовних блогів на ЖЖ давно занедбана: із десяти найпопулярніших україномовних блогів Живого Журналу станом на середину серпня 2014 р. «найсвіжішими» були оновлення, датовані березнем 2014 р. (див. рис. 5.4–5.5).



Рис 5.4–5.5. Україномовні блоги Живого Журналу  
Джерело: Рейтинг україномовних блогерів (<http://jesfor.livejournal.com/1061443.html>)

При цьому абсолютна більшість блогів, генерованих українцями про українські реалії, розглядатиметься або як складова російської блогосфери, причому малопрезентативна з точки зору російських дослідників, або в невизначеній «сірій» зоні, як, наприклад, російськомовний пост американського блогера, кримчанина, як він себе позиціонує, М. Міреєва «О социальных маркерах в крымскотатарском языке», опублікований на блоговому майданчику «Крим. Реалії» сайту радіо «Свобода» (<http://ru.krymr.com/content/article/26530594.html>). Отже, блог російською мовою на українському ресурсі щодо культурних традицій кримських татар, адресований зовнішньому – українському, російському (кримські татари, очевидно, менше потребують подібних культпросвітніх пояснень) читачу, вказує, що мовний, як і географічний підхід до визначення національних сегментів блогосфери в українських реаліях не може вважатися ефективним.

Найбільш показовим критерієм для визначення української блогосфери видається контекстний підхід, ілюструючи який, письменник, соціальний психолог О. Покальчук зауважує: «Російські блогери не в змозі розрізнити нечисленні маніфестації лівих у Києві з нагоди річниці повстання на Арсеналі, і таке ж нечисленне – у Донецьку – вшанування правими героїв Крут. І там і там – малі сутички, чорні та червоні прапори (до стареньких комуністів у Києві приєдналися молоді анархісти), нарікання на Москву, колишню й теперішню. Українським же – що Навальний, що Прохоров, що Красна площа, що Болотна... Усе та ж величезна Газпромія, від якої відвалюється Кавказ, у якої забуті Курили й китайський по факту Сибір, де весь час щось будують і запускають, а воно вибухає й падає» [25].

Показово, що згадане вище дослідження російськомовної блогосфери Центром Беркмана при Гарвардському університеті фіксує, що аналізовані «регіональні блогери з України» пишуть в абсолютній більшості (84 %) в Україні, і більшість використовуваних зовнішніх посилань – це українські новини, інформація, і розважальні веб-сайти [29, с. 23, 55].

Таким чином, українською пропонується розглядати частину блогосфери, що об'єднує блогову україніку – публікації, цитати, мультимедійний контент, пов'язані гіперпосиланнями та коментарі вебсторінок (блогів), створені українськими користувачами, з українським хос-



тингом, що стосуються українських реалій, при цьому жоден із критеріїв не може вважатися абсолютним.

За авторством і цілепокладанням українського блогінгу можна виокремити особисті щоденники, що зберігають первісну ідею блогу як особисто-публічного простору; народну/громадянську журналістику як непрофесійну діяльність – складову інтернет-активізму; журналістські блоги на відомих сайтах (розглядається як незалежний та альтернативний інформаційний майданчик, де можуть бути оприлюднені матеріали, що з різних причин – обмеження площі, жанру, особливості редакційної політики – не потрапили у формат ЗМІ).

Структурно українська блогосфера досить розпорошена: близько 80 % блогів розташовані на трьох блогохостингах: LiveJournal.com, Blogs.Mail.ru і LiveInternet.ru. Поряд з ними все більш помітними стають і українські блогохостинги: Dnevnik.Bigmir.net, BlogJ.ua, Blog.Meta.ua і Blox.ua. На цих чотирьох хостингах розташовано приблизно 15 % українських блогів. Серед блог-движків користується популярністю WordPress, при чому його використовують не тільки приватні блоги, а й багато порталів. Дедалі більш популярними стають блоги на власних сайтах, або автономні, що характеризуються, до речі, найвищим рівнем активних – до 40 %. Достатньо активно розвиваються блоги, що є частиною відомих українських інтернет-видань – блогові майданчики включені в структуру сайтів видань «Українська правда», «Кореспондент», «Ліга», «День», «Главком», радіо «Свобода» та ін.

Водночас українська блогосфера за останні кілька років змінила напрям свого розвитку від створення, просування та розвитку власних блогів до масового переходу до сервісів мікроблогінгу та соціальних мереж, таких як Twitter і Facebook. Так, за даними дослідження інтернет-аудиторії України, Інтернет асоціації України «Opinion Software Media» (<http://watcher.com.ua/tag/factum-group-ukraine>), у лютому 2014 р. щоденна аудиторія Twitter становила 5 % – близько 600 тис. користувачів (загальна денна аудиторія в Україні – 12 млн користувачів); місячна аудиторія Twitter (частка людей, які хоча б один раз на місяць заходили на Twitter) – 21 %, що становить близько 4 млн користувачів від двадцятимільйонної місячної аудиторії користувачів в Україні. У мікроблогах відстежується особливо яскрава тенденція до активного використання української мови. Якщо у 2010 р.

українську хоча б зрідка використовували 29 % твітерян (тоді це становило 23 тис. користувачів), то сьогодні таких 45 % (72 тис. в абсолютних показниках). Що стосується географії твітер-акаунтів – то тут беззаперечне лідерство залишається за столицею, до п'ятірки лідерів з великим відставанням від Києва входять також Харків, Одеса, Львів і Донецьк.

Під впливом соціальних мереж (Twitter і Facebook) головним чином, процеси структуризації українського простору соціальних медіа поглибилися завдяки тегуванню (від тег, англ. tag – «ярлик, етикетка, бірка») – мітка як ключове слово, для категоризації, опису та пошуку матеріалів, використовується для об'єднання матеріалів з різних розділів сайту за основною темою. Це забезпечує часткову ручну семантичну анотацію тексту, яка спрощує подальшу машинну анотацію. Прикладом є хеш-тегування у Twitter: @<ім'я користувача> для адресації відповідей та #hash-tags для маркування подій, абстрактних і реальних сутностей. Натискаючи на такий тег, користувач може передивитись додаткове повідомлення за гіперпосиланням на цю подію.

Так, твіти українською мовою хештегуються #є #ї або #г – літерами, що ідентифікують український текст; виробляються уніфіковані географічні хештеги українських населених пунктів та адміністративних одиниць; для українських науковців проект «АкадемПарк Вернадського» пропонує використовувати хештег #розумні, з тим, щоб сприяти становленню української науки як цілісної спільноти (див. рис. 5.6).

Використання наноформатів у мікроблогінгу в поєднанні з емергентним ефектом колективного тегування відкриває значні можливості аналізу трендів, взаємозв'язків і пошуку інформації. Тегування дає змогу спростити складні методи лінгвістичного, семантичного аналізу та анотації [4, с. 61]. Статистика тегів соцмереж дає можливість аналізувати топові теми в соціальних медіа, охоплення аудиторії, динаміку обговорення. Так, 21 листопада 2013 р. хештег #евромайдан (#euromaidan, #євромайдан), став трендом соцмереж за кілька годин, з цим хештегом публікувався кожен 1000-й твіт у світі (див. рис. 5.7).

Тиждень хештеги, пов'язані з тематикою Євромайдану сумарно забезпечували близько 0,2 % світового трафіку у Twitter. А в пікові моменти – увечері 1 грудня – до 0,5 % (тобто, кожен 200-й твіт стосувався подій #євромайдан).

### Україна Тренди - Змінити

#євромайдан

#скачать

#книги

Майдане

#FF\_RU

#инструкция

ДТП

Seconds To Mars

Москве

#mtvstars

Рис. 5.6. Тренди Twitter 21 листопада 2013 р  
Джерело: Twitter's statistics (<http://statweestics.com>)

### Tweets statistics for the hashtag 'євромайдан' :

Trend for the last 7 days:

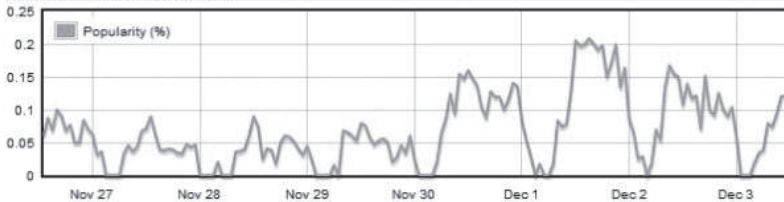


Рис. 5.7. Динаміка трендів Twitter, листопад 2013 р.  
Джерело: Twitter's statistics (<http://statweestics.com>)

Таким чином, тегування є не лише засобом структуризації українського простору соціальних медіа, а й інструментом їх дослідження.

Умонтовування українських блогів у соціальні мережі значно спростило розвиток автономних блогів, які були й залишаються потужним інструментом особистого просування. Зростання популярності в Україні соціальних мереж значним чином розширило коло блогерів, адже просувати, рекламувати свою сторінку за допомогою

таких сервісів значно простіше: на фото блогер і журналіст Д. Казанський через свою сторінку у Facebook анонсує блог-публікацію, поширюючи посилання на свій допис у ЖЖ.

Показово, що всеукраїнський рейтинг топ-блогерів сайту UAINFO, агрегатора українських топ-блогів Internet Freedom Organisation (див. <http://uainfo.org/rating>), включає в систему оцінювання показники найбільшої соціальної мережі – Facebook, найбільшої мікроблог-платформи – Twitter, а також блог-платформу Livejournal.com. І пропонує загальний рейтинг за сумою показників – у загальній вибірці рейтингу підсумовуються всі твіти, фоловери, читачі, лайки, друзі з усіх трьох соцмереж і блог-платформ-учасників рейтингу.

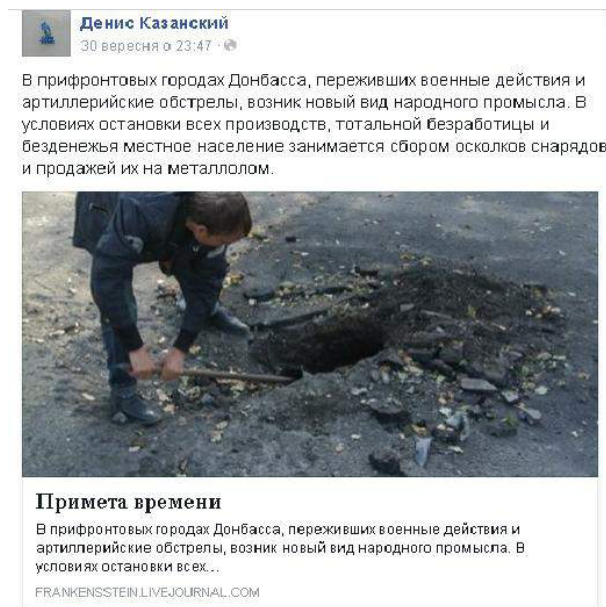


Рис. 5.8. Повідомлення на Фейсбук-сторінці блогера Дениса Казанського

*Джерело:* <https://www.facebook.com/den.kazansky?fref=ts>

[kazansky?fref=ts](https://www.facebook.com/den.kazansky?fref=ts)

ках – колективні автори [Криївка, Фонд Мазоха, «Українська правда»]. Серед блогерів, що працюють на блог-майданчиках «Української правди» і «Кореспондент.net», високий відсоток (понад чверть) залучені до політич-

Активізація використання блог-платформ інтернет-видань є ще однією тенденцією – зазвичай вони мають ширшу аудиторію, ніж блоги на звичайних платформах, їхня тематика стосується не вузьких приватних тем, а важливих соціальних, культурних і політичних питань. Саме тому особи, що їх пишуть, мають більше потенційних можливостей стати «лідерами думок» та активно залучатися до формування громадянського суспільства в Україні.

У розділі блогів на «Українській правді», наприклад, зареєстровані переважно публічні люди (у декількох випад-

ної сфери, тобто є або професійними політиками, або політологами/політехнологами. Водночас достатньо поширеним для України є використання Інтернету для написання власних блогів журналістами та громадськими активістами і представниками культурної сфери [16].

Загалом, як показує практика, для української блогосфери характерні високі показники відвідування для сторінок, на яких відбувається обговорення гострих суспільних і суспільно-політичних питань (на відміну від російської та західної, де переважають розважально-інформаційні блоги). Так, рейтинг блогерів від UAINFO виділяє категорії за родом зайнятості та сферою активності блогерів: рейтинг журналістів-блогерів, рейтинг політиків-блогерів, рейтинг публічних людей та знаменитостей, а також рейтинг експертів з різних сфер діяльності. Перші 20 позицій загального списку найпопулярніших блогерів (у цьому випадку йдеться, швидше, про соціальні медіа в широкому розумінні, а не власне, блоги) від сайту UAINFO виглядають таким чином (серпень, 2014 р.; автор/рейтинг):

1. Мустафа Найем – 74 418.
2. Олег Тягнибок – 33 445.
3. Олег Скрипка – 30 450.
4. Оксана Забужко – 20 135.
5. Сергій Жадан – 17 877.
6. Марія Бурмака – 16 901.
7. Вахтанг Кіпіані – 15 603.
8. Олександр Аронець – 14 552.
9. Віталій Портников – 13 044.
10. Джамала – 10 656.
11. Олександр Турчинов – 9810.
12. Тетяна Монтян – 9725.
13. Андрій Ілленко – 9408.
14. Олександра Кужель – 7492.
15. Юрій Михальчишин – 5557.
16. Зорян Шкіряк – 5210.
17. Андрій Курков – 4316.
18. Сашко Положинський – 3328.
19. Анатолій Гриценко – 3170.
20. Микола Княжицький – 2743.

Як бачимо, у списку лідирують сторінки в соціальних медіа публічних осіб – письменників, музикантів; наступні – політики, журналісти, громадські діячі. Профілі власне блогерів – Б. Логвиненка, О. Білозерської, Д. Резніченка та інших за сумарним рейтингом читачів/друзів/уподобань присутні, починаючи з третього десятка.

Активний розвиток української блогосфери в контексті громадсько-політичної діяльності (політики, політтехнологи, журналісти, громадські діячі) впливає і на соціально-демографічний профіль українського блогера. Найчастіше це житель великого міста: лідерами за поширеністю блогів можна вважати Київ, Одесу, Харків, Донецьк, Дніпропетровськ, Сімферополь, Львів і Запоріжжя. Серед жителів міст першої вісімки найактивніше створюють спільноти блогери з Одеси, Львова та Донецька: на 100 активних блогів у цих містах доводиться шість активних спільнот [23]. Водночас цілком логічним є розвиток блогів, що висвітлюють місцеву специфіку – від актуальних, головним чином, для земляків [26], до авторитетних майданчиків, що висвітлюють регіональні події з точки зору знання ситуації на макрорівні, маючи власні джерела інформування. Наприклад, одним з найавторитетніших регіональних блогерів в Україні є Д. Казанський, відомий своїми репортажами про Донбас у Живому Журналі під ніком frankensstein: блог «Україна буде вільною» ([frankensstein.livejournal.com](http://frankensstein.livejournal.com)). Frankensstein став активним блогером у 2009 р., починав з публікації власних фото з «донецькими постіндустріальними пейзажами», із часом блог став майданчиком для публікації результатів розслідувань у режимі громадянської журналістики щодо нелегального вуглевидобутку на Донбасі, соціальних, екологічних проблем краю, політичної ситуації; у 2012 р. Д. Казанський зробив спробу взяти участь у виборах мера міста Єнакієве, але не був допущений до реєстрації. Сьогодні, крім Живого Журналу, веде блоги у низці інтернет-ЗМІ: «Gorlovka.ua», «06242.com.ua. – сайт міста Горловка», ТВі ([tvi.ua](http://tvi.ua)), Факти ICTV, Блоги на LB.ua, Обозреватель, [Mir24.tv/blogs](http://Mir24.tv/blogs). Помітними постатями в українській блогосфері є також луганські активісти С. Цикаловський (Proctolog), засновник інформаційного порталу «Топ», С. Іванов, відомий та визнаний у своєму середовищі блогер і публіцист, що активно співпрацює з луганськими та всеукраїнськими інтернет-виданнями. З 2007 р. ЖЖ-спільнота «Збережемо старий Київ» (<http://saveoldkyiv.livejournal.com/>) веде боротьбу з незаконними забудовами, захопленнями земельних майдан-

чиків і має реальні результати здобутками в цій сфері. Саме авторитетні регіональні блогери стають агрегаторами громадянської активності та джерелом інформації про життя земляків, у тому числі для ЗМІ.

Отже, особливостями розвитку української блогосфери можна назвати: зближення блогів із ЗМІ – формування групи «блогерів-колумністів», високий відсоток серед блогерів професійних журналістів, набуття окремими блогами рис ЗМІ. Зокрема, два найвідоміші ресурси, присвячені інтернет-комунікаціям – Watcher і AIN, будучи блоговими за своєю структурою та походженням, працюють як традиційні онлайн-ЗМІ. Водночас зростає інформаційна роль блогів як своєрідної альтернативи офіційним ЗМІ. Можна сказати, що своєю масовою присутністю на інформаційному полі українські блогери змінюють не лише його структуру, але й саму журналістику, змушуючи медійників працювати оперативніше.

Політичні події в Україні осені 2013 – літа 2014 р. кардинально змінили взаємодію людей з новинарною інформацією в Інтернеті: по-перше, різко зріс інтерес до новин суспільно-політичної тематики. За результатами експертного опитування, яке було проведене в січні 2014 р. Академією української преси<sup>8</sup>, інтернет-ЗМІ, соціальні мережі та блогосфера стали джерелом найбільш об'єктивної та повної інформації, а отже, повноцінною альтернативою пресі, телебаченню та радіо. Якщо у вересні 2013 р. новини щодня переглядало не більше 1,5–2 млн українських користувачів Інтернету, уже взимку в окремі дні такі показники мала аудиторія лише однієї «Української правди»; а унікальна аудиторія щоденна українських ЗМІ наближається до 7 млн. По-друге, важливу роль у такому різкому зростанні трафіку відіграли соціальні медіа, посиляючись на сайти українських ЗМІ. Якщо в жовтні 2013 р., згідно з даними Liveinternet, денний трафік із соцмереж становив 180–200 тис. переходів, то в лютому – березні 2014 р. – ця цифра зросла до 2–2,5 млн переходів щодоби (див. рис. 5.9).

<sup>8</sup> АУП запропонувало 64 експертам – науковцям, викладачам, медіааналітикам, журналістам, редакторам видань, представникам недержавних організацій, пов'язаних з діяльністю медіа та іншим медіа-активістам, оцінити повноту та достовірність висвітлення подій навколо Євромайдану. З'ясовано інтенсивність використання різних медіа громадянами України для отримання інформації та масштаб їхніх аудиторій.

Ці показники підтверджують наступну тенденцію – «вростання» богів у соціальні мережі, що підвищує інтерактивність блогів – коментування, дискусії навколо викладеного матеріалу. Водночас, як констатує блогер, журналіст, колишній редактор соціальних медіа на порталі Inforporn.org.ua М. Малуха, «Facebook вбиває блогерство»: очевидно, що формат соцмереж не передбачає «журналістики опіній», характерної для суб'єктивних і публіцистичних за визначенням блог-статей. Блогер, засновник Inspired.com.ua, С. Пішковцій також констатує «перетворення блогерів у звичайних користувачів соціалок, де набагато легше і простіше висловлювати свої думки» та розмивання меж між блогом і ЗМІ [19].

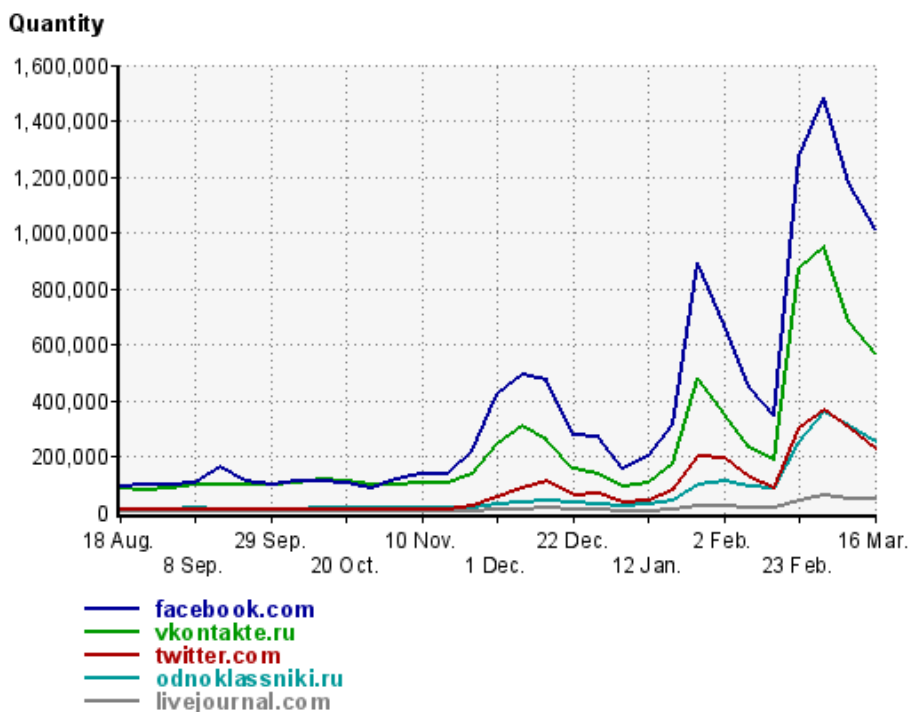


Рис. 5.9. Середньоденний трафік переходів із соцмереж на сайти українських ЗМІ  
 Джерело: <http://watcher.com.ua/2014/03/17/za-ostanni-5-misyatsiv-perehody-z-sotsialnyh-merezh-na-sayty-zmi-zrosly-u-8-10-raziv/>



Політизованість і високий рівень професійності призводить до недорозвинутості тематичних блогів – спортивних, кулінарних, туристичних, модних тощо. Вузькоспеціалізованим блогам легше існувати в інтернаціональній блогосфері, оскільки їм дуже лояльність якомога більшої кількості читачів, незалежно від національності. Тут слід також враховувати, що ці сегменти вітчизняної блогосфери не просто перетинаються з російською – універсальність тем, відсутність мовних і ментальних бар’єрів, а також істотно більша аудиторія читачів фактично інкорпорує їх у російську блогосферу.

Водночас у тих галузях, де тематика блогів потребує висвітлення національної специфіки, формується українська тематична блогосфера. Так, в Україні досить активно розвиваються юридичні блоги (Події ([www.podiyi.com](http://www.podiyi.com)), Клуб юристів України LegistUA, юридичний портал «Юрист-блог» (<http://jurist-blog.com.ua>), «ЛігаБлоги» та ін). У світі такий блогінг уже виділилися в окремий напрям із спеціальною назвою – bLAWg (злиття слів blog і law – закон). Юридичні блоги, присвячені проблемним питанням у галузі юриспруденції, порадам з роз’ясненнями та прикладами застосування законів, юридичним онлайн-консультаціям, ведуться класифікованими фахівцями – як окремими правниками, так і в рамках корпоративного блогінгу як позиціонування на ринку правових послуг великих юридичних компаній.

Активно розвивається професійна блогосфера – медична, педагогічна, бібліотечна тощо – загалом, блоги, що ведуться для професійного спілкування є достатньо перспективними – їх відносна кількість у глобальних масштабах продовжує зростати, вони частіше залишаються активними. Автори професійних блогів працюють над створенням власної спільноти, вибудовують експертну систему, професійні блоги складно замінити інструментами, у яких контент відходить на друге місце (Facebook) або обмежується (Twitter).

Водночас активно в українському сегменті розвиваються суспільно-політичні блоги, які у своїй сукупності утворюють політичну блогосферу. Українська політична блогосфера представлена персональними блогами суб’єктів політичного процесу: блогами політиків; блогами експертів: аналітиків, політологів, політичних оглядачів; блогами політично активних громадян, що присвячені обговоренню політичних проблем – населеного пункту, регіону, країни, загалом чи окремим проблемам.

Характерними рисами політичних публікацій у блогосфері є вільне і найчастіше дискусивне обговорення дій влади, посадових осіб, політиків, процесів, можливість критики. Ці риси забезпечуються відкритістю та демократичністю обговорення (що не гарантує політкоректність і толерантність у дискусіях, ідеться про можливість коментування як такого, а не його характеристики), принциповою відсутністю цензури, незалежністю блогерів від редакційної політики видання (що не виключає комерціалізацію, тобто можливість «замовного» характеру блогу чи його окремих постів).

Нецензурованість, почасти і анонімність можуть бути підґрунтям для перетворення блогів на відносно дешевий канал комунікації для поширення маніпулятивної інформації та чуток межа між якими і політичною інформацією стає дедалі розмитішою, на що вказував М. Кастельс, зазначаючи, що «використання Інтернету не підсилює демократію шляхом підтримання знання та заохочення участі громадян, а веде до поглиблення кризи політичної легітимності, надаючи ширший базис для політичного скандалу» [14, с. 157].

Якщо для ЗМІ журналістські стандарти передбачають дотримання балансу думок/точок зору; оперативність; достовірність (посилання на джерела); відокремлення фактів від коментарів; точність; повноту представлення фактів/інформації з проблеми, то політична комунікація, як і будь-яка інша у блогосфері, характеризується суб'єктивністю. Із наведених стандартів блогери, без зниження якості публікацій можуть нехтувати необхідністю дотримання балансу думок/точок зору та відокремлення фактів від коментарів – блогінг припускає вільне вираження політичних уподобань автора, суб'єктивізм і незалежність є ознакою блогосфери. Водночас усі інші стандарти залишаються ознакою якісного політичного блогінгу, завдяки чому впливові в силу своєї популярності та накопиченого соціального капіталу блогери здатні виступати «лідерами думок», часто стають ньюзмейкерами, формуючи чи принаймні впливаючи на формування порядку денного, задаючи напрями для політичних дискусій. Політичний блогінг здатен не лише сприяти прозорості в політиці, а й бути «санітарами медіа» – блогери досить часто викривають недостовірний фактаж у журналістських матеріалах. Як вказує британський журналіст П. Рейнольдс (P. Reynolds), насправді блоги існують не для того, щоб постачати людям новини та інформацію, а для того, щоб хвилювати, порушувати питання,

обмінюватись інформацією та, у цілому, діяти як партизанські сили проти «масованих колон» медіа «головної течії» [47]. Сукупність описаних характеристик дає змогу блогерам стати генератором чи підсилювачем громадського активізму, що досить яскраво проявляється в Україні.

Попри досить високу політичну активність української блогосфери, відтак – представленість у соціальних медіа, зокрема і блогах, українських політиків, їхня присутність у мережі досить часто залишається формальною. Медіатизація політики набула в останні десятиліття гіпертрофованих форм і призвела подекуди до зворотних, ніж розраховували деякі політичні технологи, ефектів, настало інформаційне перенасичення «екранною політикою» – її зрежисованістю, одноманітністю персоналій, відтак – зниженням ефективності традиційних засобів політичної комунікації [13, с. 19].

Саме тому залучення можливостей нових медіа, зокрема блогів як інструменту вибудовування персоніфікованої, особистісної комунікації в політичному просторі зберігає свою актуальність.

Блогінг, як і загалом присутність у соціальних медіа, багатьма політиками та їх політичними консультантами продовжує використовуватись для дублювання інформації з офіційних сайтів чи публікацій у ЗМІ, нехтуючи основною характеристикою блогінгу – персоніфікованістю. Ефективність блогів, що ведуться прес-службами політиків, у експертів викликає цілком виправданий скептицизм і кваліфікуються як квазіперсональні чи деперсоніфіковані [17, 27], тоді як за умови розуміння та використання специфіки політичної комунікації у соціальних медіа, блоги можуть бути важливим інструментом зв'язків політиків із громадськістю.

Показовим у цьому контексті видається точка зору одного з небагатьох дійсно активних і ефективних блогерів-політиків Л. Орбець, яка у своєму блозі пояснює, чому блогосфера є ключовим простором для прогресивного політика. Це можливість для політика, зазначає вона, працювати, встановлювати контакти із соціально активними та прогресивними, освіченими людьми з чіткою громадською позицією, особами, які «завжди в активному пошуку підвищення своєї ефективності», у силу чого і є учасниками блогосфери. Ідеться про людей, націлених не лише на збирання чи попередній аналіз інформації, а й зустрічну пропозицію – у вигляді поглядів, оцінок і навіть звичайної людської рефлексії.

За необхідності, блогосфера здатна стати методом прориву інформаційної блокади, що особливо актуально для тих, хто не має власних медіа або не контролює «головні кнопки», про що говорить, зокрема, досвід російського блогера О. Навального (navalny). Блоги здатні стати інструментом втілення в життя проектів, проведення громадських кампаній [20, 21].

Під час масштабних подій політичного або міжнародного рівня блогери нерідко перетворюються на осередки протидії поширенню офіційної пропаганди.

Підсумовуючи, зазначимо, що популярність блогу в українському інформаційному просторі пов'язана як з доступністю цього комунікативного сервісу – необхідного для його створення та функціонування програмного забезпечення й простоти роботи з ним, так і різновекторною соціальною роллю блогу в різних комунікативних практиках. Блогосфера як складова сучасних соціальних медіа здатна виступати альтернативним, незалежним і ефективним джерелом новин, соціальною мережею для розгортання громадянської активності, засобом вираження громадської думки. Для української блогосфери характерні високий рівень політизованості та набуття рис громадської журналістики.

### **Список використаних джерел до розділу 5**

1. *Алексеева А.* Интернет-СМИ: Теория и практики / А. Алексеева, Е. Вартанова, Л. Круглова ; под ред. М. М. Лукиной. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

2. *Арбитман А.* Комунікативний простір блогосфери: функції та дисфункції / А. Арбитман // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – 2010. – № 10. – С. 116–123.

3. *Артамонова І. М.* Блог-записи як жанр інтернет-комунікації / І. М. Артамонова, К. О. Пилипенко // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 1. – С. 16–18.

4. *Білодрай Ю. В.* Використання соціальних медіа для менеджменту групової цілеспрямованої діяльності / Ю. В. Білодрай, В. І. Месюра // Вісн. Вінницького політехнічного інституту. – 2011. – № 2. – С. 58–64.

5. *Бибик В. М.* Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : монографія / В. М. Бибик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.
6. *Бурдые П.* Формы капитала / П. Бурдые // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 5. – С. 60–75.
7. *Вельф А.* Удовлетворение социального влечения [Электронный ресурс] / А. Вельф // Деньги. – 2008. – № 40 (697). – 13 окт. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1038254>. – Загл. с экрана.
8. *Волохонский В. Л.* Психологические механизмы и основания классификации блогов / В. Л. Волохонский // Личность и межличностное взаимодействие в Сети Интернет. Блоги. Новая реальность ; науч. ред. В. Л. Волохонский, Ю. Е. Зайцева, М. М. Соколов. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2006. – С. 117–131.
9. *Галичкина Е. Н.* Жанровая стратификация Российской блогосферы в виртуальной коммуникации / Е. Н. Галичкина // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2. «Языкознание», № 1 (9). – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2009. – С. 58–63.
10. *Горошко Е.* Твиттер как разговор через контекст: от Образования 2.0 к Образованию 3.0? / Е. Горошко, С. Самойленко // Educational Technology & Society. – Vol. 14, N 2. – P. 502–530.
11. *Горошко Е. И.* Политический блоггинг в глобальной и локальной перспективах / Е. И. Горошко // Вісн. Одеського національного університету. Сер. «Соціологія і політичні науки». – Одеса, 2009. – Т. 14. – Вип. 13. – С. 335–345.
12. *Досенко А. К.* Блог як інструмент впливу на соціум / А. К. Досенко // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 2. – С. 83–85.
13. *Зернецька О.* Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації / О. Зернецька // Політичний менеджмент. – 2009. – № 2. – С. 13–26.
14. *Кастельс М.* Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу та суспільства / М. Кастельс. – К. : Ваклер, 2007. – 304 с.
15. *Качанова А. А.* Специфика коммуникативного поведения и самопрезентации пользователей российского Живого Журнала / А. А. Качанова // Интернет-коммуникация как новая речевая формация ; науч. ред.

Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. – М. : ФЛИНТА: Наука, 2012. – С. 178–188.

16. *Козаченко О.* Соціально-демографічний профіль сучасного українського блогера (на прикладі інтернет-видань Кореспондент.Net та «Українська Правда») / О. Козаченко // Український соціум. – 2013. – № 2 (45). – С. 41–50.

17. *Конопелько Н.* Кандидаты в интернете: гости из прошлого [Электронный ресурс] / Н. Конопелько [Электронный ресурс] // Телекритика. – 5.03.2010. – Режим доступа: <http://www.telekritika.ua/vibor2009/2010-03-05/51465>. – Загл. с экрана.

18. *Мертон Р.* Явные и латентные функции / Р. Мертон // Американская социологическая мысль: Тексты / под ред. В. И. Добренькова. – М. : Изд-во МГУ, 1994. – 263 с.

19. Опитування MediaSapiens: «Blog: Чи витіснять вони журналістів?» [Електронний ресурс] // MediaSapiens. – 14.06.2013. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/19425>. – Назва з екрана.

20. *Оробець Л.* На захист активності блогосфери, або Дискутуючи із Сергієм Рачинським [Електронний ресурс] / Л. Оробець // Телекритика. – 17.12.2010. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/view/2010-12-17/58465> – Назва з екрана.

21. *Оробець Л.* Українська політика у блогосфері. Від public relations до blogger relations [Електронний ресурс] / Л. Оробець // Блог Лесі Оробець. – 9.12.2010. – Режим доступу: <http://lesyaorobets.livejournal.com/56013.html> – Назва з екрана.

22. *Пилипенко К. О.* Блог-стаття як новий жанр Інтернет-журналістики / К. О. Пилипенко // Держава та регіони : науково-виробничий журн. / Класичний приват. ун-т. – Запоріжжя, 2011. – С. 92–94.

23. *Пішковцій С.* Українська блогосфера 2011. Підсумки року. [Електронний ресурс] / С. Пішковцій. – Режим доступу: <http://blogreader.org.ua/2011/12/15/ukrainian-blogo-sphere-2011/#more-3082>. – Назва з екрана.

24. *Плещенко К.* Низова блогосфера як засіб індивідуального самовираження / К. Плещенко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2013. – № 2 (14). – С. 97–101.

25. *Покальчук О.* Громадянське суспільство № 3, або Здоровий пульс блогосфери / О. Покальчук // Дзеркало тижня. – 2012. – 6.02. – С. 8.

26. *Поліщук М.* Блогосфера проникла в село. Огляд сільських блогерів [Електронний ресурс] / М. Поліщук // Texty.org.ua. – Режим доступу: [http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/30207/Blogosfera\\_pronykla\\_v\\_selo\\_Oglad\\_silskyh\\_blogeriv10/07/2011](http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/30207/Blogosfera_pronykla_v_selo_Oglad_silskyh_blogeriv10/07/2011). – Назва з екрана.

27. *Прасюк О. В.* Політичні інтернет-PR як комунікативний засіб впливу на формування електоральної громадської думки / О. В. Прасюк // Соціопростір : міждисциплінарний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи. – 2010. – № 1. – С. 13–16.

28. *Хитров А.* Блог как феномен культуры [Електронний ресурс] / А. Хитров // Журнал социологии и социальной антропологии: Спецвыпуск. – 2007. – С. 66–76. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/518/878/1219/05-Nitrov.pdf>. – Загл. с екрана.

29. *Этлинг Б.* Публичный дискурс в российской блогосфере / Б. Этлинг, К. Александян, Д. Келли [и др.] // The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University. – 2010. – 60 p.

30. *Adamic L.* The Political Blogosphere and the 2004 U. S. Election: Divided They Blog. March, 2005 [Electronic resource] / L. Adamic, N. Glance. – Mode of access: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.59.9009&rep=rep1&type=pdf>. – Title from the screen.

31. Blogs and Bullets: New media in contentious politics [Electronic resource] / S. Aday, H. Farrell, M. Lynch [et al.] // Peaceworks No. 65, US Institute of Peace, 2010. – Mode of access: <http://www.usip.org/files/resources/pw65.pdf>. – Title from the screen.

32. *Benkler Y.* The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom (New Haven: Yale University Press, 2006 [Electronic resource] / Y. Benkler. – Mode of access: [http://www.benkler.org/Benkler\\_Wealth\\_Of\\_Networks.pdf](http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf). – Title from the screen.

33. Blog. Encyclopedia Britannica [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/869092/blog>. – Title from the screen.

34. *Bowman S.* We Media: How audiences are shaping the future of news and information. – Commissioned by The Media Center at The American Press Institute [Electronic resource] / S. Bowman, C. Willis. – Published July 2003 online in PDF and HTML. – Mode of access: [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf). – Title from the screen.

35. *Bruns A.* Investigating the Impact of the Blogosphere: Using PageRank to Determine the Distribution of Attention [Electronic resource] / Bruns A., Kirchoff L., Nicolai T. – Mode of access: <http://www.alexandria.unisg.ch/EXPORT/DL/38960.pdf>. – Title from the screen.

36. *Castells M.* The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance / M. Castells // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 2008, Vol. 616, No. 1, P. 78–93.

37. *Gaille B.* How many blogs are on the internet [Electronic resource] / B. Gaille // WPVirtuoso. – November 20, 2013. – Mode of access: <http://www.wpvirtuoso.com/how-many-blogs-are-on-the-internet>. – Title from the screen.

38. *Gillett J.* Internet Web Logs as Cultural Resistance: A Study of the SARS Arts Project [Electronic resource] / J. Gillett // Journal of Communication Inquiry, 2007, Vol. 31, No. 1, P. 28–43. – Mode of access: <http://jci.sagepub.com/content/31/1/28.short>. – Title from the screen.

39. *Hargittai E.* Cross-Ideological Discussions Among Conservative and Liberal Bloggers [Electronic resource] / Hargittai E., Gallo, J. Kane, M // Public Choice. 2008. № 134. p. 67–86. – Mode of access: <http://www.webuse.org/pdf/HargittaiGalloKane-CrossIdeologicalBloggers2008.pdf>. – Title from the screen.

40. *Herring S. C.* A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse [Electronic resource] / S. C. Herring. – 2007 a. — Mode of access: <http://www.languageatinternet.org/articles/2007/761>. – Title from the screen.

41. Language networks on LiveJournal [Electronic Resource] / S. C. Herring; J. C. Paolillo; I. Vielba Ramos [et al.] // Proceedings of the Fortieth Hawaii International Conference on System Sciences. Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2007. – Mode of access: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/hicss07.pdf>. – Title from the screen.

42. *Herring S. C.* Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs [Electronic resource] / S. C. Herring, L. A. Scheidt, S. Bonus, E. Wright // Proceedings of the 37 th Hawaii International Conference on System Sciences. – 2004. – Mode of access: <http://www.csus.edu/indiv/s/stonerm/GenreAnalysisOfWeblogs.pdf>. – Title from the screen.

43. *Lord K. M.* The Perils and Promise of Global Transparency: Why the Information Revolution May Not Lead to Security, Democracy, or Peace (Albany:



SUNY Press, 2006) [Electronic resource] / Kristin M. Lord. – Mode of access: <http://cryptome.org/2013/01/aaron-swartz/Global-Transparency-Perils-Promise.pdf>. – Title from the screen.

44. *McNeill L.* Genre under construction: The diary on the Internet [Electronic resource] / L. McNeill / Language @ internet. – 2005. – Vol. 2. – Mode of access: <http://www.languageatinternet.org/articles/2005/120>. – Title from the screen.

45. *Nardi Bonnie A.* Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary? / D. J. Schiano, M. Gumbrecht, B. A. Nardi // Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work, Vol. 6, Is. 3. – 2004. – P. 222–231.

46. *Papacharissi Z.* Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs [Electronic resource] / Zizi Papacharissi // In M. Tremayne, Blogging, citizenship, and the future of media. – New York : Routledge, 2007. – P. 21–38. – Mode of access: [http://tiger.uic.edu/~zizi/Site/Research\\_files/TremayneChapterBlogs.pdf](http://tiger.uic.edu/~zizi/Site/Research_files/TremayneChapterBlogs.pdf). – Title from the screen.

47. *Reynolds P.* Blogs: To Trust or not to Trust? [Electronic resource] / P. Reynolds // BBC NEWS. – 3 May 2006. – Mode of access: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4965500.stm>. – Title from the screen.

48. *Robinson S.* The mission of the j-blog [Electronic resource] / S. Robinson // Journalism, 2006, Vol. 7, No. 1, P. 65–83. – Mode of access: <http://jou.sagepub.com/content/7/1/65.abstract>. – Title from the screen.

49. *Siles I.* From online filter to web format: Articulating materiality and meaning in the early history of blogs [Electronic resource] / I. Siles // Social Studies of Science October 1, 2011 p: 737–758. – Mode of access: <http://sss.sagepub.com/content/41/5/737.full.pdf+html>. – Title from the screen.

50. *Sears David O., Freedman Jonathan L.* Selective exposure to information // Public Opinion Quarterly 31 (1967): 194–213. [Electronic resource] / O. Sears David, J. L. Freedman. – Mode of access: <http://www.isr.ucla.edu/sears/pubs/A014.pdf>. – Title from the screen.

51. *Silver N.* A Note to Our Readers on the Times Pay Model and the Economics of Reporting [Electronic resource] / N. Silver // Five Thirty Eight. – March 24, 2011. – Mode of access: <http://fivethirtyeight.blogs.nytimes.com/2011/03/24/a-note-to-our-readers-on-the-times-pay-model-and-the-economics-of-reporting/>. – Title from the screen.

52. *Sunstein C.* The Daily We [Electronic resource] / C. Sunstein // Boston Review. – 2001. – Mode of access: <http://bostonreview.net/BR26.3/sunstein.html>. – Title from the screen.

53. *Quiggin J.* Blogs, wikis and creative innovation / J. Quiggin // International Journal of Cultural Studies. – 2006, Vol. 9, No. 4. – P. 481–496.

### **СПЕЦИФІКА ПРОБЛЕМ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВОГО ІНФОРМУВАННЯ**

Сьогодні інформатизація як технологічна основа активізації глобальних процесів в усіх регіонах світу не лише забезпечує доступ усім категоріям членів сучасного суспільства до його інформаційних ресурсів, а й залучає їх також до активної участі в інформаційних обмінах, до масового розвитку процесів інфотворення. При цьому процес створення глобального інформаційного суспільства обумовлює формування єдиного інформаційного простору, який на сучасному етапі активно впливає на соціум. Раніше, до розвитку сучасних кібернетичних систем, розуміння інформаційного простору зводилося до атмосфери, стратосфери, космосу, водних акваторій океанів і морів. Нині воно включає ще й кібернетичні та віртуальні системи. На сьогодні, розглядаючи вплив інформаційного простору на особистість, слід враховувати, що він поширюється на суспільство та державу і через них опосередковано на кожного індивідуума [1].

Інформаційні технології сучасності сприяють зростанню соціальної активності членів суспільства. Ця активність виражається нині в реалізації можливостей для самовираження, обміну соціальним досвідом, для діяльності, спрямованої на особисте вдосконалення та внесення того чи іншого внеску в розвиток суспільства. Особливо яскраво це проявляється при використанні технологій соціальних мереж і блогосфери.

На цьому етапі розвитку соцмереж, як це зазначається в сучасних дослідженнях, їх можна розглядати як «технологічні комплекси організації та керування обмінами електронною інформацією між суб'єктами соціальних відносин, призначені для забезпечення горизонтального спілкування

зацікавлених у ньому абонентів, об'єднаних спільними інтересами, інформаційними потребами та навиками спілкування» [2].

Тут слід зазначити, що перша з усіх соціальних мереж у світі заснована М. Цукербергом на початку 2004 р. для студентів Гарварду. Згодом, Facebook отримав світову популярність серед різних соціальних груп. Ця мережа має українську версію сайту, що містить безкоштовні сервіси, ігри, групи, можливість спілкуватися з друзями та викладати свої фотографії. У Facebook присутні зірки та знаменитості світового рівня, а також представництва різних комерційних структур.

Мережа «ВКонтакте» – одна з найпопулярніших соціальних мереж в Україні. Спочатку, зазначають експерти, вона була створена як копія (клон) Facebook. Аудиторія цієї соціальної мережі в основному складається з молодих людей, що багато в чому визначає спрямованість контенту. Цю мережу відрізняє наявність великої кількості різних аудіо- та відеоматеріалів.

Соціальна мережа «Однокласники», з одного боку, конкурує з мережею «ВКонтакте», з іншого – існує певний розподіл аудиторії за віковими групами між цими двома гігантами. Основна аудиторія «ВКонтакте» – молоді люди, «Однокласников» – люди різного віку, у більшості своїй, старшого.

Популярність мережі «Однокласники» забезпечується за рахунок вільного, швидкого та зручного спілкування. Мережа налаштована на задоволення потреб, що відповідає назві ресурсу – об'єднання однокласників, однокурсників тощо.

Сервіс Twitter, що відрізняється швидкістю поширення новин, був заснований у 2006 р. Він уклав угоди на індексування своїх записів з Microsoft, Google і Yahoo!, забезпечивши собі присутність у найбільших пошукових системах. У лютому 2009 р. вартість соціальної мережі Twitter наблизилася до 500 млн дол., тоді 7 % акцій були оцінені інвесторами в 35 млн. Усього через півроку компанія була оцінена вже в 1 млрд дол. Відвідуваність і вартість цього сервісу продовжує зростати.

Користувачі цієї соціальної мережі в основному цікавляться такими видами новин як спорт, політика, фінанси, релігія, захоплюються поп-культурою, музикою, кіно, телебаченням і читанням. Вони більше, ніж користувачі інших соціальних мереж, використовують Twitter для просування блогів [3].

Експерти зазначають, що за своєю суттю соціальні мережі сприяють, по-перше, організації соціальних комунікацій між людьми і, по-друге, – реалізації їх базових соціальних потреб.

При цьому ряд авторів виділяє два пересічних трактування соціальної мережі – як соціальної структури та її специфічної інтернет-реалізації [4].

Як зазначають В. Ковальов і Ю. Матвієнко, привабливість, а звідси й бурхливе зростання в Інтернеті кількості типів соціальних мереж, обумовлена такими можливостями, що надають вони своїм користувачам:

- спілкування з учасниками соціальної мережі практично в режимі реального часу, у тому числі з використанням відеоряду;

- отримання інформації (у тому числі, виявлення ресурсів) від інших членів соціальної мережі;

- верифікація ідей через участь у взаємодіях у соціальній мережі (у так званих форумах, блогах);

- соціальна вигода від контрактів (співпричетність, самоідентифікація, соціальне ототожнення або прийняття тощо);

- рекреація (відпочинок, проведення часу).

Відмінними рисами, можна сказати філософією мережі, утвореної з використанням інтернет-ресурсів, є:

- удавана повна або часткова (крім «своїх») анонімність соціальних об'єктів мережі;

- мережева, а не ієрархічна форма комунікації (від багатьох до багатьох), заснована на авторитеті знань або властивостей конкретної особистості, а не займаному їй положення в соціальному середовищі;

- відкритість входження для бажаючих, згодних із правилами мережі;

- гнучкий склад учасників;

- композитний (складовий) характер: мережа може містити всередині себе структури або «шматки» структур різних типів;

- відсутність видимої ієрархії (децентралізація керування, аж до феномена «розщепленого лідерства», коли в одній мережі є кілька лідерів з окремих аспектів роботи організації);

- широка спеціалізація і, відповідно, відповідальність учасників;

- неформальні відносини учасників.

«Ключовими словами» практично будь-якої моделі соціальної мережі є: агент, думка, вплив/довіра, репутація. При цьому в мережевій соціальній структурі обов'язково наявні три основні компоненти:

– об'єднуюча ідея або смисловий концепт, який поділяють усі учасники мережі;

– загальнокомунікативний простір;

– рівність і зв'язаність учасників – рівний доступ до інформації.

Для того щоб соціальна мережа ефективно працювала, у ній мають бути наявні як мінімум такі рольові типи учасників комунікації:

«Ідеологи»: необхідно, щоб хтось виконував функцію лідера – висунення ідей та функцію мислителя – перевірка та оформлення ідей;

«Інформатори»: необхідна функція сенсора – збір доступної інформації, функція модератора – відбір значущої інформації та функція аналітика – узагальнення інформації;

«Реалізатори»: функція бійця – втілення задуму, функція тиловика – постачання проведення дій, і функція адміністратора – узгоджувального регулювання дій [5].

Соціальні мережі, як і блогосфера, протягом останніх років демонструють безупинний, стрімкий розвиток. Ця тенденція характерна для багатьох країн світу. Про це говорять зокрема такі дані: на початок 2012 р. близько 86 % жителів розвинутих країн користувалися соціальними мережами. У Канаді цей показник становив 88 %, у Польщі – 95 %, в урбанізованих районах Китаю – 97 % [6].

Аналітики компанії Adobe Social нещодавно опублікували дослідження популярності соціальних мереж по всьому світу. Перше місце з 1,4 млрд користувачів впевнено займає Facebook, за ним слідує YouTube з одним мільярдом зареєстрованих користувачів, а замикає трійку лідерів китайський Qzone. У рейтинг потрапила лише одна соцмережа з пострадянського простору – «ВКонтакте». Вона займає восьме місце з 228 млн користувачів і випереджає Instagram майже на 80 млн облікових записів. Щороку в мережі «ВКонтакте» реєструється 28,5 млн нових користувачів. А Google +, на думку авторів дослідження, перетворився на майданчик для коментування відео на YouTube [7].

В Україні кількість користувачів соціальних мереж висока і дає підставу для віднесення нашої країни до швидко наздоганяючих лідерів елект-

ронного спілкування. Так, кількість українських користувачів соціальної мережі Facebook за два з половиною роки (з квітня 2009 по грудень 2011 р.) значно зросла [8], у 2012 р. досягла 2 млн 305 тис. 980 користувачів і на сьогодні продовжує зростати. Важливим при цьому є те, що понад 80 % активних вітчизняних користувачів мережі Інтернет регулярно перебувають у соціальних мережах.

При цьому, слід зазначити: європейські експерти інформують, що у Європі популярність соціальних мереж за останній рік упала. Проте, як повідомляють вітчизняні фахівці, в Україні спостерігається мережевий бум, який Захід пройшов п'ять–шість років тому [9].

Крім того, привертає увагу те, що в Україні не тільки збільшується кількість відвідувачів і користувачів соціальних мереж, але й починають активно функціонувати нові й нові ресурси. Частково стимулом для активного створення українських соціальних мереж став збройний конфлікт, який розгорнувся в нашій державі. 21 березня 2014 р. був анонсований проєкт WEUA.info. Автори проєкту сподівалися, що користувачі відмовляться від використання російських соціальних мереж і перейдуть на український аналог. Через кілька днів після анонсу WEUA з'явилася ще одна українська соціальна мережа. Ресурс називається «Друзі». Кількість зареєстрованих користувачів цього проєкту постійно зростає. Інтерфейс сайту зовні нагадує Facebook і «ВКонтакте». Одним із серйозних відмінностей є те, що основною мовою сторінки можна вибрати тільки українську.

Розробники нової мережі Socialface презентують її як суміш з елементів Facebook, «ВКонтакте», Twitter, «Однокласників», навіть торговельного ресурсу Slando (тепер він називається OLX. – Ред.). Інтерфейс мережі нагадує Facebook, використана схожа кольорова гама та є аналогічні інструменти керування.

Ще один новий ресурс – Zine – своєрідний інтернет-цитатник. Користувачі зможуть публікувати тут афоризми, думки відомих людей та подібні матеріали. Інтерфейс нагадує блог, де в кожній публікації можна буде розмістити цитату, фото або файл. Акаунт на мережі можна буде пов'язати з профілями у Facebook, «ВКонтакте», Twitter, Instagram [10].

Існують й інші українські соціальні мережі, серед яких: Antiweb.com.ua; «Українці»; соціальна мережа для науковців ScientificSocialCommunity та ін.

Стрімко кількісно та якісно зростає й українська блогосфера. За результатами дослідження компанії «Яндекс», кількість українських блогів (українського походження) на різних платформах у 2010 р. становила 700 тис., а у 2011 р. – близько 1,1 млн У 2012 р. їх кількість продовжувала зростати, хоча за рядом причин, зокрема пов'язаних і з політикою видавців електронних ЗМІ, рівень активності їх є дещо нижчим, ніж, скажімо, у соціальній мережі Facebook.

При цьому, слід зазначити, що принциповим визнанням блогерської значущості у висвітленні подій стало рішення деяких провідних агенцій щодо цитування та посилення на блоги як джерело інформації.

На сьогодні блогосфера та соцмережі відображають проблеми й потреби суспільства, демонструють ставлення громадян до актуальних проблемних ситуацій економічного, політичного та суспільного життя та являють собою нібито «дзеркало життя».

Соціальні інтернет-мережі в розвинутих демократичних країнах перетворюються із супутніх чинників формування громадянських суспільств на їхню важливу складову і один із соціальних інститутів [11].

В Україні соціальні мережі та блоги стрімко набирають суспільної значущості. Мова, передусім, іде про повноцінну можливість концентрувати увагу суспільства на важливих, гострих темах, розширити горизонти комунікації, виходячи за рамки, у яких працюють традиційні ЗМІ.

Слід звернути увагу на те, що нові технології, такі як соцмережі або блоги, розвиваються прискореними темпами й охоплюють широкі суспільні сфери і при цьому часто дестабілізують інституційний статус-кво в суспільстві. На думку Г. Бакулева, «нові медіа часто дають людям те, що вони хочуть, навіть якщо довгоочікувані наслідки можуть виявитися негативними. На відміну від звичайних медіа, вони не мають зв'язків з іншими традиційними соціальними інститутами, які відчувають відповідальність перед суспільством. Адаптація до нових медіа та їхньої специфіки часто підриває існуючі соціальні ролі та зв'язки» [12].

Думка про відсутність належної відповідальності перед суспільством авторів інформації в соціальних мережах відображає цілий комплекс нині існуючих проблем сучасної вітчизняної інфосфери. Серед них і невідповідність значної кількості активних учасників інформаційних обмінів, що під час розвитку інформатизації одержали доступ і до сучасної інфор-



мації, і можливості власного інфотворення. До числа цих причин можна віднести і відставання правової бази сучасної інформатизації від розвитку відповідних процесів. Серед цих причин і свідоме використання наявних проблем у розвитку інформатизації, використання маніпулятивних технологій для впливу на суспільну свідомість. При цьому використовується та обставина, що при наявному на сьогодні рівні суспільної свідомості під час коментування будь-яких соціальних процесів провокативна, навіть, агресивна інформація може бути схвально сприйнята частиною непідготовлених користувачів, таким чином впливаючи на суспільну думку, настрої та певним чином, мотивуючи до відповідних дій.

Перенесення процесу утвердження соціальних інтересів у віртуальний простір привело до істотних корективів у традиційному розумінні функціонування механізмів інформаційних обмінів у суспільстві. Серед найважливіших характеристик цього процесу слід зазначити таке: по-перше, відбувається постійне зростання потужності інформаційних потоків, що значно ускладнює процес їх контролю з точки зору інформаційної безпеки. По-друге, з'явилися нові види електронних комунікацій, що поєднують у собі одночасно індивідуальні й масові характеристики впливів, у той час як традиційні технології інформаційного контролю були зорієнтовані або на індивідуальних, або на масових користувачів. По-третє, демократизація суспільства за своїм змістом не відповідає застосуванню старих методик контролю. І, по-четверте, – поки що державні системи контролю не можуть вчасно і повною мірою реагувати на змінні, динамічні показники в інформаційному просторі [13].

При цьому постійно зростаюча популярність соціальних мереж обумовила підвищену увагу дослідників до їх сутності та суспільного значення, оскільки лише усталені поняття про суспільне явище дають можливість перейти від фіксації особливостей того чи іншого процесу в його стихійному розвитку до керування перспективами цього розвитку.

Так, фахівці вказують, що основна ідея соціальних мереж дуже проста. Під соціальною мережею розуміється безліч акторів (точок, вершин, агентів), які можуть вступати у взаємодію один з одним. З формальної точки зору такі мережі зручно представляти у вигляді графів і застосовувати для їх аналізу розвинуті математичні моделі. Термін був уведений у 1954 р. соціологом з «Манчестерської школи» Д. Барнсом у роботі «Класи і збори

в норвезькому острівному приході», що увійшла до збірки «Людські стосунки». До того багато мислителів про суспільство висловлювали думку про важливість розгляду суспільства як складного переплетення взаємин.

На відміну від класичної мережі та соціальної групи, скажімо, учених, інженерів, лікарів, соціальну спільноту, що діє в інтернет-середовищі, тобто соціальна мережа, допускає оперативне вивчення, вимірювання та класифікацію – шляхом інтегрованих у керуючу програмну середу модулів статистики, аналізу та прогнозування.

В Україні ж політичне маніпулювання інформацією, що реалізується через Інтернет і, безпосередньо, через соціальні мережі, мережеві співтовариства, може стати серйозною загрозою, як головним засадам розбудови демократичного суспільства та зміцненню незалежності України, так і національній інформаційній безпеці держави.

Відповідно, нині існуюча практика використання соціальних мереж з використанням специфічних маніпулятивних технологій в умовах зростаючої активізації глобальних процесів у сучасному світі дає підставу для ряду висновків.

По-перше, – додатковій вразливості національний інформаційний простір набуває через істотне відставання діючої правової бази від реально існуючих інформаційних процесів у суспільстві. У зв'язку з цим необхідна організація постійної роботи з приведення у відповідність правових актів з розвитком інформаційних технологій, забезпечення співмірності цих актів з еволюцією міжнародного законодавства в цій сфері діяльності та зростаючими суспільними потребами, пов'язаними з реалізацією державної програми інформатизації. Важливим також є вдосконалення нормативно-правової бази забезпечення загальнодержавної системи інформаційної безпеки стосовно визначення порядку поширення та використання інформаційної продукції зарубіжного виробництва на території України, врахування вимог інформаційної безпеки при закупівлі зарубіжних програмно-технічних і телекомунікаційних засобів, їх використання в стратегічно важливих галузях, на об'єктах важливого державного та суспільного значення.

По-друге, – соціальні мережі надають досить великі можливості для аналізу та прогнозування розвитку подій. Саме тому, венчурний фонд ЦРУ In-Q-Tel виділяє фінансування не лише на Facebook [36], а й на моніторинг

інших соціальних медіа [37]. Такі джерела інформації, зазвичай, досить динамічні: є постійні учасники, є випадкові та періодичні відвідувачі. Проте коментування всіх новин і подій здійснюється в реальному часі. Відповідно, моніторинг та аналіз таких коментарів дає можливість отримувати зворотний зв'язок і прогнозувати реакцію людей на ті чи інші події, а також знаходити та випробовувати нові способи впливу та моделювати ситуації. Таким чином, має здійснюватись оперативне реагування на спроби формування негативного іміджу стосовно України та її громадян, органів державного урядування, інших суспільних інститутів, викривлення та тенденційний підбір фактів історичного минулого, поринення неправдивої інформації.

По-третє, – організація протидії негативним впливам при використанні соцмереж, зважаючи на їх прискорений розвиток, має ввійти в число основних національних пріоритетів у заходах, орієнтованих на забезпечення вітчизняної інформаційної безпеки. Вона має сприяти захисту економічного та політичного суверенітету, власної соціокультурної ідентичності при досягненні балансу між відкритістю інформації як вимогою сучасного демократичного суспільства та суспільно необхідними обмеженнями на її поширення.

Організація протидії негативним інформаційним впливам, пов'язаним з використанням соціальних мереж має сприяти інформаційній діяльності, спрямованій на патріотичне виховання всіх категорій населення, утвердження загальнодержавної системи духовних цінностей, пропаганду толерантності, злагоди, міжетнічного та міжрелігійного миру, суспільну солідарність. Ця робота є особливо важливою у зв'язку із специфікою такого виду інформаційних обмінів на рівні горизонтальних зв'язків між членами суспільства.

Практика функціонування соціальних мереж в останні місяці актуалізує необхідність розробки ефективних технологій для нейтралізації діяльності іноземних політичних, економічних, військових, розвідувальних структур, спрямованої проти інтересів України, у запобіганні проявам інформаційно-диверсійної діяльності терористичних організацій, груп, окремих осіб з метою дестабілізації суспільного життя в країні та завдання шкоди громадянам, державі, введення в систему інформаційних ресурсів спеціально організованої, неправдивої інформації, застосування негативного інформаційно-психологічного впливу на особу.

Проте, як зазначають у своїй праці В. Ковальов і Ю. Матвієнко, «онлайн-нові соціальні мережі, крім виконання функцій підтримки спілкування, обміну думками, отримання інформації їх членами, організації та ведення бізнесу останнім часом дедалі частіше стають об'єктами та засобами зовнішнього інформаційно-психологічного управління та ареною інформаційного протиборства на різних рівнях стратифікації суспільства» [14].

Слід зазначити, що в умовах поширення інтернет-технологій створення соціальних мереж стало розглядатись багатьма дослідниками як додатковий інструмент сприяння становленню та розвитку громадянського суспільства та демократії. Адже, як слушно зазначає С. Даниленко, «комунікаційний простір мережі Інтернет, з позицій теорії та практики відкритого демократичного суспільства, є невід'ємною частиною громадської сфери, відкритою для всіх членів суспільства, як для публічних дебатів, так і для обміну думками між громадянськи активними індивідуумами, групами й спільнотами» [15].

В Україні розкриттю окремих аспектів функціонування соцмереж у контексті зміцнення засад громадянського суспільства останнім часом присвячені дослідження та напрацювання таких учених, як С. Даниленко [16], А. Готун [17], О. Маліс [18], Є. Пілат [19] та ін.

Зокрема, у дослідженні С. Даниленка охарактеризовано політико-революційний потенціал глобальних соціальних мереж і їх національних сегментів, а також мережеві соціальні медіа як систему організації суспільного життя, їх місце та роль у процесі соціально-політичної соціалізації. О. Маліс звертає увагу на те, що мережеве співтовариство досить слабо інтегроване в реальну політичну систему і поява досконаліших технологій, що сприяють включенню громадян у політику, ще не забезпечила прямого мережевого представництва інтересів і розвитку кібердемократії в українському суспільстві. Є. Пілат у свою чергу розглядає соціальні мережі як фактор розвитку громадянського суспільства.

Проте аналіз діяльності соціальних мережевих структур і спільнот дає підстави зробити висновок, що, на жаль, не всі вони носять конструктивний характер. Частина соціальних мереж має деструктивний характер.

Під деструктивною діяльністю соціальних мережевих структур будемо розуміти «специфічну людську форму активного ставлення до світу, основний зміст якої становить руйнування або порушення нормального

функціонування існуючих об'єктів і систем, що забезпечують нормальне функціонування особистості, суспільства та держави» [20].

Узагалі-то, говорячи про конструктивність або деструктивності тієї чи іншої соціальної мережі, більш правильним буде вести мову про позицію цих мереж щодо суспільства. У цілому, В. Ковальов і Ю. Матвієнко виокремлюють такі чотири позиції: індиферентна, ізоляціоністська, конструктивна та деструктивна [21].

Індиферентні соціальні мережі налаштовані за принципом: «ми вас не чіпаємо і ви нас не чіпайте». Ізоляціоністські мережі в якійсь мірі є різновидами індиферентних мереж. Це структури типу закритих клубів за інтересами. Вони намагаються відхилитися від будь-якої взаємодії з іншими співтовариством або обходитися мінімумом контактів.

Конструктивні мережі, навпаки, прагнуть активно взаємодіяти із суспільством, активно реагують на знакові події, маючи на меті поліпшення життя як суспільства в цілому, так і окремих соціальних груп та індивідів.

Деструктивні мережі, як і конструктивні, теж не ізолюються від суспільства, але, на відміну від останніх, намагаються з цим суспільством боротися всілякими, не завжди законними, методами.

Об'єктом агресії деструктивних соціальних мереж є суспільство в цілому або прихильники тих чи інших соціальних груп, як правило, вороже налаштованих до цієї самої деструктивної мережі.

Експерти виокремлюють три великі класи деструктивних мереж: революційно-анархічні, асоціальні та професійні.

Адепти революційно-анархічних деструктивних соціальних мереж чудово володіють інформаційними технологіями, сповнені революційних ідей. До такого типу деструктивним мереж у першу чергу можна віднести ультраліві та ультраправі молодіжні об'єднання, хакерські спільноти та групи фанатів чогось або когось.

Творці асоціальних мереж – це так звані «ловці душ», засновники різного роду тоталітарних сект або кримінальних угруповань, захоплені жадою влади або банальної наживи. Вони відводять своїх адептів від активної соціальної творчої діяльності в суспільстві, обіцяючи розв'язати їхні проблеми за умови виконання низки вимог.

Члени професійних деструктивних мереж мають чіткі цілі та програми дій, методологію їх реалізації, матеріальні ресурси, систему фінансування. Адеп-

ти таких мереж – це люди, віддані якійсь ідеї, заради якої готові йти на певні жертви, аж до загибелі, що володіють знаннями в теології, психології, техніці, медицині, навчені методам конспірації та проведення спеціальних операцій.

До такого типу мереж можна віднести в основному терористичні структури різного толку, радикальні опозиційні рухи, етнічні спільноти тощо.

Слід зазначити, що основна особливість і головна небезпека деструктивних віртуальних соціальних мереж пов'язана з тим, що визнати за законом їх діяльність як деструктивну в умовах дії норм свободи слова, друку, віросповідання можливо тільки після реалізації вже в реальному світі їх учасниками деяких заходів, здійснених під дією віртуального мережевого впливу. Тільки тоді такі дії можуть бути співвіднесені з нормами чинного законодавства та кваліфіковані відповідним чином.

При цьому слід визнати, що на сьогодні соціальні мережі Інтернету стають істотним інструментом деструктивного інформаційно-психологічного впливу, у тому числі – у цілях маніпулювання особистістю, соціальними групами та суспільством у цілому, а також – полем інформаційного протистояння.

Паралельно з цим набуває розвитку цільове призначення мереж з використанням специфічних маніпулятивних технологій. Серед великого різноманіття способів інформаційних впливів, які реалізуються в інформаційному просторі або через нього, можна виділити такі: поширення спеціально підібраної інформації (дезінформації). Цей спосіб впливів здійснюється у формі: розсилки e-mail (електронних листів); організації новинних груп у соціальних мережах; створення сайтів з елементами інтерактивної взаємодії їх відвідувачів (чати, онлайн-голосування); розміщення інформації на приватних за змістом веб-ресурсах: у блогах, соціальних мережах [22].

Інформаційне маніпулювання із застосуванням різноманітних технологій інформаційно-психологічного впливу, у тому числі й сугестивних, з розвитком технологій стає все більш дієвим. Зокрема, це стосується механізмів реалізації політичного впливу. Сугестивні технології дедалі активніше використовуються в інтернет-просторі та набувають масштабів, співзмірних із загрозами для національного інформаційного простору. Слід зазначити, що під сугестією розуміють форму міжособистісного та міжгрупового спілкування, за якого передання інформації відбувається за допомогою частково неусвідомлюваного, направленого сигналу на вербальному

чи невербальному рівнях. Сугестія відрізняється від переконання зниженим рівнем критичності й потреби у верифікації інформації. Особливо ефективні такі технології в Інтернеті з певних причин: перше, – усе ще існує висока довіра до неофіційних ресурсів мережі. Друге, – аудиторія може бути залучена до інформації надією розв’язати будь-які проблеми. Третє, – формування мережевих співтовариств на основі емпатії (співчуття). Сугестивні технології можуть торкатися нервово-психічних процесів і соціальних уявлень, настанов, суспільних норм, цінностей, думок, а також індивідуальної самосвідомості відвідувачів інтернетних ресурсів. Відповідно, сугестивний вплив на мережеві співтовариства може спонукати їхніх представників до певних дій у реальному світі [23].

Слід підкреслити, що маніпулятивні технології протягом останнього десятиліття досить ефективно використовуються вже в різних регіонах світу як інструмент глобальної політики. Соціальні мережі при цьому виступають як ефективний спусковий механізм соціальних перетворень аж до рівня катаклізмів. Велика кількість недавніх масових хвилювань у світі зароджувались, а потім координувались у соціальних мережах. У цьому контексті можна говорити і про ряд маніфестацій, що проводились у країнах Заходу, і про хвилю революцій у арабському світі. Так, переворот в Єгипті був організований у соціальних мережах. Антиурядові настрої поширювались у Facebook, що й призвело до багатоденних протестів на центральній площі Каїру. Користувачів цієї мережі в Єгипті нараховується більше 5 млн осіб, а за перші тижні народних хвилювань єгиптяни створили більше ніж 30 тис. нових спільнот і близько 14 тис. публічних сторінок. Можна згадати також ситуацію в Лівії. У Марокко, Ємені, Йорданії та ін. події відбувались приблизно за аналогічним сценарієм. Варто зазначити, що в усіх цих країнах до мобілізації противників режиму була абсолютно не готова держава.

Говорячи про події в арабських країнах, Г. Почепцов зазначав: «Інформаційні технології у вигляді соціальних мереж Twitter або Facebook використовувались для передачі досвіду та “зараження” протестністю. Уже за два роки до цих подій почалося це навчальне об’єднання груп молоді Тунісу та Єгипту. Коли протести почалися, через ці ж мережі пішло їх висвітлення, у першу чергу спрямоване саме на Захід. Тому, що тільки допомога зовнішнього світу могла зламати ситуацію. А зовнішній світ може реагувати тільки тоді, коли йому продемонструють масовість голосів проти» [24].

При цьому, слід погодитися з твердженням Р. Марутяна, що «соціальні мережі – як виклик національній безпеці, це передусім проблема, яка отримала суспільний відголос й розв’язання якої, має важливе, пріоритетне значення для забезпечення національної безпеки. Ця проблема не має чіткого та однозначного механізму розв’язання». Р. Марутян підкреслює, що чинники, за яких соціальні мережі можуть розглядатися як виклик – це події, явища, процеси та інші чинники, які породжують небезпеки щодо:

- порушення прав і свобод людини;
- суспільно-політичної стабільності;
- соціально-економічного розвитку;
- підриву міжнародної стабільності та регіональної безпеки;
- державної безпеки, обороноздатності країни тощо.

Згадуючи події 2012 р. в Україні, що пов’язані із закриттям файлообмінника EX.UA, можна стверджувати, що це був виклик національній безпеці: прихильники файлообмінного порталу, які сомоорганізувалися через групу «ВКонтакте», спричинили тривалі збої в роботі сайтів головних органів державної влади України. Ця подія набула широкого суспільного резонансу України [25].

Водночас розвиток соціальних мереж далеко не обов’язково означає безпорадність держави. Так, коли в Китаї за допомогою соціальних мереж була здійснена спроба організувати протестні акції, влада дуже швидко відреагувала на ситуацію, відразу ж заклавши всі інтернет-ресурси, що могли нести хоча б мінімальну загрозу державному режиму.

Слід звернути увагу на те, що в Україні організації й рухи різного спрямування також намагаються використовувати соціальні мережі, блоги та в цілому будь-які можливості спілкування в Інтернеті як плацдарм для пропаганди. Розміщуючи там відео, маніфести та ін., вони мають можливість впливати на громадську думку, поповнювати свої ряди та переносити власні погляди вже в площину реальних практичних дій. Так, сьогодні теж говорять про практичний внесок соціальних мереж у нинішню ситуацію на Сході. Так, ЗМІ поширювали інформацію представника інформаційного центру Ради національної безпеки і оборони (РНБО) В. Чепового про те, що російські спецслужби вербують бойовиків на Схід України через соціальні мережі. Представник інформаційного центру РНБО зазначив, що вербування відбувається за сприяння ФСБ Росії, партії «Єдина Росія»



і ЛДПР. В. Чеповий повідомив, що більшість груп добровольців у кількості 60–80 осіб формуються з використанням соціальних мереж «ВКонтакте», «Однокласники» та сайту Доброволец.орг.

Характерно, що аналіз інформаційних обмінів у соцмережах може давати важливий матеріал для аналізу суспільних настроїв, ставлення до резонансних проблем та ін.

Варто також зауважити, що діяльність сучасних кіберзлочинців стала також досить серйозним бізнесом: вони залучають зовнішніх співробітників (аутсорсерів) – талановитих програмістів, створюють програмні продукти та пропонують платні послуги, отримують прибутки. Соціальні мережі, на думку фахівців, знаходяться в числі найбільш уразливих для атак злочинців поряд з інтернет-платежами, інтернет-банкінгом; віддаленими сховищами даних і програмних застосувань; онлайн-іграми; онлайн-біржовими агенціями; сайтами за технологіями Веб 2.0. [26].

Можливості технологій соціальних мереж вносять нові корективи і в уявлення про інформаційну безпеку. Особисті дані користувачів, що перебувають у загальному доступі, можуть бути використані без дозволу в рекламних цілях, з вини мережі може бути здійснено витік платіжних даних. Серйозні неприємності для користувача можуть бути пов'язані зі зломом акаунта та використанням усієї інформації для шкоди йому, у тому числі з метою політичного чи економічного шпигунства, дискредитації та ін. дій з метою помсти. Загрозливим є так званий фішинг, вірус, що непомітно для користувача краде його логін і пароль, а потім використовує їх для автоматичної розсилки спаму від імені користувача по всьому списку його контактів [27].

У цьому контексті привертає увагу також і те, що у Росії з 1 серпня набрав чинності антитерористичний закон, який надає Федеральній службі безпеки (ФСБ) законний доступ до особистих даних користувачів, зареєстрованих на російських інтернет-ресурсах. Таким чином, новий закон легітимізує втручання ФСБ в особисте життя не тільки росіян, а й іноземців. Згідно з новим законодавством, власники поштових серверів, соціальних мереж, блог-хостингів, форумів тощо будуть зобов'язані за першою ж вимогою надавати представникам російських державних структур дані своїх користувачів, включаючи логіни, паролі, електронні адреси, список друзів і контактів, адресати переданих повідомлень, їхню кількість і обсяг,

листування та іншу особисту інформацію. У зв'язку з цим Служба безпеки України попереджає користувачів-громадян своєї країни утриматися від використання інтернет-ресурсів російської доменної зони. «Нові повноваження надають ФСБ можливість отримувати наявну в Інтернеті інформацію про українські події, чутливі персональні дані, щоб надалі використовувати її у шкоду інтересам національної безпеки», – наголошується, як інформують ЗМІ, у повідомленні [28].

Спеціалісти зауважують, що соціальні мережі, які активно розширюються, стають каналом для надання суб'єктом впливу потрібної йому інформації. При цьому він має можливість формувати чітку диференціацію об'єктів впливу та охоплення масштабних аудиторій, зменшувати здатності об'єкта впливу блокувати інформацію, організовувати протидію в інформаційній сфері не тільки проти визнаних ворогів, але й проти задекларованих партнерів як на міждержавному рівні (наприклад, союзники по коаліції чи блоку), так і у політичній чи бізнесовій площині (політичні блоки, бізнес-асоціації тощо) [29].

Соціальні мережі, незважаючи на те що в практику спілкування ввійшли лише протягом останніх п'яти–семи років, стали вже важливим інструментом активізації горизонтального спілкування як основи для організації соціальних протестів, як таких, що сприяють удосконаленню суспільної організації, так і тих, що в силу емоційного впливу та некритичного ставлення до реального життя за межами комп'ютерних спільнот, проявляються у вигляді деструктивних виступів, використовуються внутрішніми та зарубіжними кукловодами для вирішення цілей, не пов'язаних з національним прогресом.

Зважаючи на нестійку політичну ситуацію в Україні, найбільшу турботу викликає застосування маніпулятивних інтернет-технологій саме в політичній сфері. І тут, ми можемо говорити іще про одну наявну загрозу з боку соціальних мереж. За їх допомогою сьогодні активно розвивається тролінг. Цей вид віртуальної комунікації швидкими темпами поширюється у вітчизняному інформаційному просторі. Така комунікація, за визначенням Р. Внебращних, виконується «з порушенням етики мережевої взаємодії, що виражається у вигляді прояву різних форм агресивної, знущальної та образливої поведінки для нагнітання конфліктів. Використовується як персоніфікованими учасниками, зацікавленими в пізнаваності, публіч-

ності або епатажі, так і в процесі анонімної взаємодії користувачів, здійснюваної без можливості ідентифікації з реальним суб'єктом віртуальної комунікації» [30].

Інтернет-тролі розміщують, наприклад, у блогах, соціальних мережах, форумах та ін. коментарі до матеріалів інтернет-ЗМІ, провокаційні повідомлення, метою яких є спровокувати дискусію (чи повернути її в потрібне русло), конфлікти та ін. задля формування громадської думки та реагування на певні політичні та інші події.

Політтехнолог Т. Березовець у свою чергу підкреслював, що наймані інтернет-тролі існують в Україні лише кілька років. Однак цей інструмент уже використовують усі провідні політичні сили. «Я знаю, що в середньому під час виборчої кампанії штат коментаторів збільшується до кількох десятків. Це може бути навіть 100 куплених блогерів по всій країні, які працюють на одну конкретну політичну силу. Коли вибори закінчуються, залишається приблизно 15–20 осіб», – розповів Т. Березовець [31].

Розгляд цих інтернет-технологій дає підставу для визначення характерних їх особливостей. Відслідковуючи роботу тролів в Інтернеті, можна констатувати, що впізнати їх на дискурсах, форумах, блогах і соціальних мережах можна за відповідними притаманними ознаками:

- вони досить часто відходять від теми розмови (дають коментарі, що зовсім не відповідають темі обговорюваного матеріалу), намагаючись її перевести на що завгодно, тільки не на предмет статті (особливо в тому випадку, коли на можуть змінити хід коментування у потрібне їм русло);

- тролі прискіплюються до грамотності співрозмовника (не будучи сам при цьому досить грамотним);

- як метод використовується «розмова сам з собою» (тобто, іншому співрозмовнику приписуються власні домисли чи висловлювання і тоді вже троль активно сам на них відповідає чи їх коментує);

- усілякими методами створюються нескінченні дебати в коментарях до матеріалів інтернет-ЗМІ, не даючи при цьому іншим учасникам коментування закінчити розмову, навіть якщо дискус уже став безглуздим;

- троль віщає «тоном переваги», часто говорить від імені інших (наприклад: «усім відомо» або «над вами вся мережа вже сміється» та ін.);

- нерідко тролі у своїх коментуваннях намагаються переходити на особистості, при чому роблять це досить грубо та безтактно (часто з

використанням ненормативної лексики чи просто абсолютно безграмотно), вони любить згадувати про особливості співрозмовника, які можуть спричинити негативні емоції (вказівка на національність, релігійну, політичну належність тощо);

– часто для тролів є характерною анонімність при коментуванні. При цьому Д. Джарвіс підкреслює: «Анонімність є досить часто прикриттям для боягузів. Анонімні тролі – людської раси, а не з гри Warcraft – нападають на людей в онлайні, розповсюджують чутки та брехню про відомих людей, атакують сторінки відомих людей у “Вікіпедії”...» [32];

– для тролів також характерне в процесі подачі матеріалу (коментаря та ін.) посилатися на певні авторитети, щоправда – теж анонімні (прикладом можуть бути приблизно такі формулювання: «як зазначають політологи...» (які саме, хто? – інформації немає), «перевірене джерело повідомляє...» та ін.). Інформація, що подається з посиланнями на «такі авторитети», може бути дієвою. Посилання на неіснуючий авторитет надає їй солідності та вагу в очах обивателів. При цьому, у разі подачі неправдивої інформації, оскільки джерело не ідентифіковане, то й відповідальність автор за таке інформування понести не може [33].

При цьому привертає увагу й те, що сьогодні тролінг вийшов на певний професійний рівень. Тенденції до цього експерти відзначали ще раніше. Так, політолог В. Котигоренко близько трьох років тому говорив про наявність в Україні спеціальних агенцій, які коментують новини та виступи блогерів відповідно до інтересів своїх замовників.

Радіо «Свобода» також повідомляло, що в багатьох легальних PR-агенцій за гроші можна отримати підтримку найманих коментаторів і блогерів і, таким чином, створити ілюзію популярності замовника, або навпаки – знизити рейтинг його конкурента [34].

Сьогодні в ЗМІ намагаються давати рекомендації стосовно поведінки «при зустрічі з інтернет-тролем». Усі вони зводяться до єдиної думки: кращий спосіб боротьби з тролями це – просто не реагувати на них, не відповідати на їхні повідомлення. Погодитися з такою думкою можна, проте, назвати в цій ситуації ігнорування – методом боротьби, мабуть – не зовсім вірно. Більше того, слід зауважити, що головний висновок, який можна зробити, стосовно використання інтернет-тролей, полягає в тому, що ми маємо справу з використанням не традиційних журналістських технологій,

а якісно нових інформаційних технологій соціальних мереж, а тролеві елементи будуть постійними їх складовими. І вони стануть важливим елементом маніпулювання громадською думкою.

У зв'язку з цим, для формування позитивної громадської думки про соціально значущі події необхідні продумані контрзаходи. Серед них, видається за доцільне формування через ЗМІ відповідної громадської думки стосовно моральних аспектів діяльності тролів.

Потрібне також перенесення акцентів в обговоренні моральної поведінки традиційних журналістів на вироблення антиманіпулятивних технологій у соціальних мережах і створення механізмів громадського та правового контролю за їх застосуванням.

І, нарешті, аналіз уже існуючого суспільного досвіду показує, що соціальні мережі, з наявним ресурсом соціальної довіри, обумовленої слабкою присутністю на цьому етапі розвитку в їх інформаційних впливах державних органів і традиційних політичних сил, уже досить успішно використовуються для просування власних інтересів не лише сферою бізнесу, а й іншими суб'єктами впливу для введення в суспільний обіг тенденційної, або ж просто шкідливої для об'єкта впливу інформації. Вони, як про це говорять події останніх років, можуть ставати ефективним інструментом інформаційних воєн і складовим елементом локальних війн та військових конфліктів. І якщо в лівійській операції, за даними спеціалістів, вони відігравали допоміжну роль, то за відставку Х. Мубарака в Єгипті топ-менеджер близькосхідного відділення компанії Google В. Гонім дякує соціальній мережі Facebook. І на запитання, у якій країні вслід за Єгиптом розпочнеться наступна революція радить «запитати у Facebook» [35].

В Україні ж політичне маніпулювання інформацією, що реалізується через Інтернет і, безпосередньо, через соціальні мережі, мережеві співтовариства, може стати серйозною загрозою, як головним засадам розбудови демократичного суспільства та зміцненню незалежності України, так і національній інформаційній безпеці держави. Відповідно, нині існуюча практика використання соціальних мереж з використанням специфічних маніпулятивних технологій в умовах зростаючої активізації глобальних процесів у сучасному світі дає підставу для ряду висновків.

По-перше, додаткової вразливості національний інформаційний простір набуває через істотне відставання діючої правової бази від реально

існуючих інформаційних процесів у суспільстві. У зв'язку з цим необхідна організація постійної роботи з приведення у відповідність правових актів з розвитком інформаційних технологій, забезпечення співмірності цих актів з еволюцією міжнародного законодавства в цій сфері діяльності та зростаючими суспільними потребами, пов'язаними з реалізацією державної програми інформатизації. Важливим також є вдосконалення нормативно-правової бази забезпечення загальнодержавної системи інформаційної безпеки стосовно визначення порядку поширення та використання інформаційної продукції зарубіжного виробництва на території України, врахування вимог інформаційної безпеки при закупівлі зарубіжних програмно-технічних і телекомунікаційних засобів, їх використання в стратегічно важливих галузях, на об'єктах важливого державного та суспільного значення.

По-друге, соціальні мережі надають досить великі можливості для аналізу та прогнозування розвитку подій. Саме тому, венчурний фонд ЦРУ In-Q-Tel виділяє фінансування не лише на Facebook [36], а й на моніторинг інших соціальних медіа [37]. Такі джерела інформації, зазвичай, досить динамічні: є постійні учасники, є випадкові та періодичні відвідувачі. Проте коментування всіх новин і подій здійснюється в реальному часі. Відповідно, моніторинг та аналіз таких коментарів дає можливість отримувати зворотний зв'язок і прогнозувати реакцію людей на ті чи інші події, а також знаходити та випробовувати нові способи впливу та моделювати ситуації. Таким чином, має здійснюватись оперативне реагування на спроби формування негативного іміджу стосовно України та її громадян, органів державного урядування, інших суспільних інститутів, викривлення та тенденційний підбір фактів історичного минулого, поринення неправдивої інформації;

По-третє, організація протидії негативним впливам при використанні соцмереж, зважаючи на їх прискорений розвиток, має ввійти в число основних національних пріоритетів у заходах, орієнтованих на забезпечення вітчизняної інформаційної безпеки. Вона має сприяти захисту економічного та політичного суверенітету, власної соціокультурної ідентичності при досягненні балансу між відкритістю інформації як вимогою сучасного демократичного суспільства та суспільно необхідними обмеженнями на її поширення.

Організація протидії негативним інформаційним впливам, пов'язаним з використанням соціальних мереж, має сприяти інформаційній діяльності,

спрямованій на патріотичне виховання всіх категорій населення, утвердження загальнодержавної системи духовних цінностей, пропаганду толерантності, злагоди, міжетнічного та міжрелігійного миру, суспільну солідарність. Ця робота є особливо важливою у зв'язку із специфікою такого виду інформаційних обмінів на рівні горизонтальних зв'язків між членами суспільства.

Практика функціонування соціальних мереж в останні місяці актуалізує необхідність розробки ефективних технологій для нейтралізації діяльності іноземних політичних, економічних, військових, розвідувальних структур, спрямованої проти інтересів України, у запобіганні проявам інформаційно-диверсійної діяльності терористичних організацій, груп, окремих осіб з метою дестабілізації суспільного життя в країні та завдання шкоди громадянам, державі, введення в систему інформаційних ресурсів спеціально організованої, неправдивої інформації, застосування негативного інформаційно-психологічного впливу на особу.

Сьогодні саме системний підхід до проблеми організації інформаційної безпеки, формування загальнонаціональної інформаційної системи, скоординованої у своїй діяльності державою, може стати запорукою нейтралізації сучасних інформаційних загроз, у тому числі у сфері розвитку соціальних мереж, використання позитивних факторів розвитку інформатизації в національних інтересах.

## Список використаних джерел до розділу 6

1. *Петрик В.* Небезпеки інформаційного простору для особистості [Електронний ресурс] / В. Петрик // Українські підручники – Режим доступу: [http://pidruchniki.ws/18990227/politologiya/nebezpeki\\_informatsiynogo\\_prostoru\\_dlya\\_osobistosti](http://pidruchniki.ws/18990227/politologiya/nebezpeki_informatsiynogo_prostoru_dlya_osobistosti). – Назва з екрана.

2. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – С. 21.

3. Соціальні мережі [Електронний ресурс]. – 16.06.2014. – Режим доступу: <http://www.npblog.com.ua/index.php/hi-tech/sotsialni-merezhi.html>. – Назва з екрана.

4. *Губанов Д. А.* Информационные войны и социальные сети / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили // АВН «Информационные войны». – 2010. – № 3 (15).

5. *Ковалёв В. И.* Деструктивные сетевые социальные структуры и информационные войны как современные вызовы безопасности России [Электронный ресурс] / В. И. Ковалёв, Ю. А. Матвиенко // Сайт С. П. Курдюмова. – Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/networks/destruktivnyye-setevye-socialnye-struktury>. – Загл. с экрана.

6. Социальные сети скоро исчезнут – мнение [Электронный ресурс]. – 09.12.2011 // Минфин.com.ua. – Режим доступа: <http://minfin.com.ua/2011/12/09/508493>. – Загл. с экрана.

7. Соціальна мережа «Вконтакте» опинилася на 8 сходинці в світі за популярністю [Електронний ресурс]. – 11.01.2014 // business.tv.ua – Режим доступу: [http://business-tv.com.ua/news/sotsialna\\_merezha\\_vkontakte\\_opinilasya\\_na\\_8\\_skhodintsi\\_v\\_sviti\\_zapopulyarnistyu-102.html](http://business-tv.com.ua/news/sotsialna_merezha_vkontakte_opinilasya_na_8_skhodintsi_v_sviti_zapopulyarnistyu-102.html) – Назва з екрана.

8. У Facebook налічили близько двох мільйонів українців [Електронний ресурс] // Ранок-Україна. – 2011. – 14.12. – Режим доступу: [http://www.utro.ua/ru/zhizn/v\\_facebook\\_naschitali\\_okolo\\_dvuh\\_millionov\\_ukraintsev1323858787](http://www.utro.ua/ru/zhizn/v_facebook_naschitali_okolo_dvuh_millionov_ukraintsev1323858787). – Назва з екрана.

9. В Україні спостерігається бум соціальних мереж, який відбувся на Заході п'ять–шість років тому – експерт [Електронний ресурс] // Голос Столиці. – 2014. – 8.07. – Режим доступу: [http://newsradio.com.ua/2013\\_07\\_08/V-Ukra-n-sposter-ga-tsja-bum-soc-alnih-merezh-jakij-v-dbuvsja-na-Zahod-5-6-rok-v-tomu-ekspert](http://newsradio.com.ua/2013_07_08/V-Ukra-n-sposter-ga-tsja-bum-soc-alnih-merezh-jakij-v-dbuvsja-na-Zahod-5-6-rok-v-tomu-ekspert). – Назва з екрана.

10. В Україні з'явилося одразу три нові соціальні мережі [Електронний ресурс] // Espresso.tv – 2014. – 16.07. – Режим доступу: [http://espresso.tv/news/2014/07/16/v\\_ukrayini\\_zyavylos\\_odrazu\\_3\\_socialni\\_merezhi](http://espresso.tv/news/2014/07/16/v_ukrayini_zyavylos_odrazu_3_socialni_merezhi). – Назва з екрана.

11. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – С. 28–30.

12. *Бакулев Г. П.* Массовая коммуникация: Западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – С. 35.



13. *Почепцов Г. Г.* Інформаційна політика : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – 2-ге вид., стер. – К. : Знання, 2008. – 663 с. – С. 13.

14. *Ковалёв В. И.* Деструктивные сетевые социальные структуры и информационные войны как современные вызовы безопасности России [Электронный ресурс] / В. И. Ковалёв, Ю. А. Матвиенко // Сайт С. П. Курдюмова. – Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/networks/destruktivnye-setevye-socialnye-struktury/>. – Загл. с экрана.

15. *Даниленко С. І.* Громадянський вимір інформаційно-комунікаційної революції: концептуально-теоретичні та політико-прикладні аспекти [Електронний ресурс] : автореф. дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.03 / С. І. Даниленко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2011. – 36 с. – Режим доступу: C:\DOCUME~1\9555~1\LOCALS~1\Temp\11 DSIPPA.zip. – Назва з екрана.

16. Там само.

17. *Готун А. М.* Нові інформаційно-комунікаційні технології в глобальній системі політичної комунікації : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.04 / А. М. Готун ; Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. – К., 2010. – 17 с.

18. *Маліс О. В.* Розвиток Інтернету як комунікативного засобу та його вплив на діяльність суб'єктів політичного процесу в Україні : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / О. В. Маліс ; Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. – К., 2009. – 19 с.

19. *Пілат Є.* Феномен соціальних мереж к фактор розвитку громадянського інформаційного суспільства й активізації модернізаційних процесів у сфері державного управління / Є. Пілат // Вісн. Львівського ун-ту. Серія юридична. – 2012. – Вип. 56. – С. 180–186. – Режим доступу: [http://archive.nbu.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Vlnu\\_yu/2012\\_56/180\\_con56.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Vlnu_yu/2012_56/180_con56.pdf). – Назва з екрана.

20. *Лысак И. В.* Человек – разрушитель: деструктивная деятельность человека как социокультурный феномен / И. В. Лысак. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 1999. – 55 с.

21. *Ковалёв В. И.* Деструктивные сетевые социальные структуры и информационные войны как современные вызовы безопасности России [Электронный ресурс] / В. И. Ковалёв, Ю. А. Матвиенко // Сайт С. П. Курдюмова. – Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/networks/destruktivnye-setevye-socialnye-struktury/>. – Загл. с экрана.

22. *Шестаков В. І.* Визначення характеристик інформаційного впливу на складові інформаційно-телекомунікаційних систем в умовах інформаційного протидорства / В. І. Шестаков, С. В. Чернишук // Проблеми створення, випробування, застосування та експлуатації складних інформаційних систем. – Вип. 4. – Житомир : ЖВІ НАУ, 2011. – С. 162.

23. *Петрик В.* Сугестивні технології маніпулятивного впливу [Електронний ресурс] // Українські підручники – Режим доступу: [http://pidruchniki.ws/10590719/psihologiya/sugestiya\\_interneti\\_informatsiyno-komunikativni\\_peredumovi](http://pidruchniki.ws/10590719/psihologiya/sugestiya_interneti_informatsiyno-komunikativni_peredumovi). – Назва з екрана.

24. Г. Почепцов: «Западный мир ожидает революция среднего класса» [Электронный ресурс] // [politiko.ua](http://politiko.ua). – Режим доступа: <http://politiko.ua/blogpost58713>. – Загл. с экрана.

25. *Марутян Р.* Соціальні мережі як виклик національній безпеці / Р. Марутян [Електронний ресурс] // [dsaua.org](http://dsaua.org). – 2012. – 15.03. – Режим доступу: [http://www.dsaua.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=154%3A2012-03-15-21-44-19&catid=66%3A2010-12-13-08-48-53&Itemid=90&lang=uk](http://www.dsaua.org/index.php?option=com_content&view=article&id=154%3A2012-03-15-21-44-19&catid=66%3A2010-12-13-08-48-53&Itemid=90&lang=uk). – Назва з екрана.

25. *Макарова М. В.* Економічна інформатика / М. В. Макарова, С. В. Гаркуша, Т. М. Білоусько, О. В. Гаркуша. – Суми : Університетська книга, 2011. – С. 192.

27. Социальные сети побеждают поисковиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://chip.com.ua/854408.html>. – Загл. с экрана.

28. Українцям порадили видалити себе з російських соцмереж [Електронний ресурс] // Велика Епоха. – 2014. – 30.07. – Режим доступу: <http://www.epochtimes.com.ua/ukraine/society/sbu-radit-ukrayintsyam-pokinuti-rosiyski-sotsialni-merezhi-116556.html>. – Назва з екрана.

29. *Смола Л. Є.* Детермінанти політичного процесу сучасності: теоретико-методологічний аналіз в інформаційно-психологічному вимірі / Л. Є. Смола. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – С. 92–93.

30. *Внебрачных Р. А.* Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах / Р. А. Внебрачных // Вестник Удмуртского университета. Философия. Социология. Психология. Педагогика. – Ижевск : Удмуртский государственный университет, 2012. – Вып. 1. – С. 48–51.

31. Резвятся тролли в Интернете. И политики Украины стали их нанимать... [Электронный ресурс] // Политика & Деньги. – 2013. –

19.01. – Режим доступа: <http://politdengi.com.ua/analitica/48145.html>. – Загл. с экрана.

32. Facebook makes people overestimate others [Electronic resource]. – Mode of access: [www.tech24hours.com/newspaper/features/2011/0221/1224290418938.html](http://www.tech24hours.com/newspaper/features/2011/0221/1224290418938.html). – Title from the screen.

33. *Петрик В. М.* Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации: учеб. пособие / В. М. Петрик, В. В. Остроухов, А. А. Штоквии. – К., 2008. – С. 142–143.

34. Як політики «воюють» в інтернеті [Електронний ресурс] // Радіо «Свобода». – 2011. – 29.08. – Режим доступа: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24311931.html>. – Назва з екрана.

35. *Волошин В.* За революцию в Египте поблагодарили Facebook [Электронный ресурс] / В. Волошин // Комсомольская правда. – Режим доступа: <http://www.kp.ru/daily/25637/801883>. – Загл. с экрана.

36. Webre A. L. Facebook [Electronic resource] / A. L. Webre – Mode of access: [www.bibliotecapleyades.net/sociopolitica/sociopol\\_internetfacebook01.htm](http://www.bibliotecapleyades.net/sociopolitica/sociopol_internetfacebook01.htm). – Title from the screen.

37. Shachtman N. Exclusive: U. S. Spies buy stakes in firm that monitors blogs, tweets [Electronic resource] / N. Shachtman. – Mode of access: [www.wired.com/dangerroom/2009/10/exclusive-us-spies-buy-stake-in-twitter-blog-monitoring-firm](http://www.wired.com/dangerroom/2009/10/exclusive-us-spies-buy-stake-in-twitter-blog-monitoring-firm). – Title from the screen.

## ВИСНОВКИ

1. Розвиток горизонтальних форм обміну інформацією – соцмереж, особливо динамічно та наочно проявилися в останні десятиріччя в постсоціалістичних країнах, регіонах кардинальних суспільних перетворень, у тому числі в новій українській державі. У політичній сфері на зміну однопартійній системі в Україні прийшла ціла палітра партій, громадських об'єднань і рухів, що об'єктивно мають створювати умови для багатоваріантних можливостей розв'язання проблем, які постають перед Україною, і захоплено воюють між собою за власні інтереси та владу. У сфері економіки державна власність, колективне господарювання в аграрному секторі втратили традиційну для соціалістичного періоду розвитку монополію та замінені ринковими формами господарювання з усією різноманітністю форм цієї діяльності, що також відображена в інформаційній сфері, у національному інформаційному просторі. Відбувається істотне розшарування, ускладнення соціальної структури в усіх сферах життя суспільства, що ускладнює структуру соціальних комунікацій, насамперед на горизонтальних рівнях. І цей фактор обумовлює необхідність оперативної трансформації, приведення до вимог сучасності інформаційної системи, що обслуговує українське суспільство. Відповідно до зростаючих суспільних потреб, пов'язаних із включенням у процес інформатизації зростаючої кількості громадян України, спочатку в економічній, а потім і в інших сферах суспільної діяльності розвивається різноманітна система електронних інформаційних, у тому числі й соціальних комунікацій.

2. Процеси загальносуспільної інформатизації значно прискорили хід структурних перетворень у сучасному соціумі. Вони також стали сильним каталізатором суспільної активності в інформаційній сфері, у використанні системи вже сформованих соціальних комунікацій не лише як соціального

інструмента, призначеного для забезпечення суспільно значущою інформацією всіх елементів соціальної структури суспільства зверху донизу, від організаційно-керівної ланки суспільства – як суб'єкта інформаційної діяльності, до кожного члена суспільства як об'єкта інформаційних впливів, але й у зворотному напрямі. При цьому відбувається налагодження загальносуспільних інформаційних обмінів в інтересах існування та розвитку суспільства.

3. Еволюція техніко-технологічної бази інформатизації, розвиток системи насамперед електронних, соціальних комунікацій сприяє доступу громадян до інформаційних ресурсів, до самостійного використання наявної та виробництва нової інформації і цим самим розширює можливості вільного розвитку й самоутвердження сучасної людини.

Поряд з цим методологічно важливими є висновки стосовно того, що ключові характеристики нової всесвітньої мережі Web2.0, яка прийшла на зміну системі окремих локальних сайтів, є не лише і не стільки технологічним феноменом, скільки соціальним, який сприяє формуванню на великих майданчиках численних віртуальних спільнот, об'єднаних найрізноманітнішими інтересами, становленню в глобальних масштабах діалогового способу спілкування. У дослідницькій, навчальній та методичній літературі значну увагу приділено взаємозв'язкам системотехнічних і соціально-гуманітарних та соціально-психологічних аспектів використання Web2.0, які визначають характер і особливості організації комунікаційних процесів переважно на великих, відомих широкому загалу майданчиках, оснащених їх розробниками необхідними інструментами соціалізації, що сприяє залученню до обговорень великої кількості незнайомих у реальному житті людей. Мережі віртуальної комунікації, безперечно, повторюють у своїй організації «реальні» соціальні мережі безпосереднього людського спілкування, але роблять його більш інтенсивним у часі і просторі, хоча й не таким сильним як «фізичний» контакт. З іншого боку, вони створюють умови для організації у світовій мережі відносно самостійних, дуже особистих інформаційних просторів окремої людини, впорядкованих завдяки наявності багатих користувацьких інтерфейсів, відповідно до її індивідуальних запитів, а також корпоративних засобів спілкування великих і малих груп – віртуальних співтовариств, що об'єднуються навколо тематичних веб-проектів. Принципове значення має можливість для особи, яка

розміщує інформацію, визначати відкритість або приватність (лише для обраного кола друзів і знайомих) характеру доступу до неї.

Залишаючись основними центрами зберігання інформаційних ресурсів, бібліотечні установи – що дедалі більшою мірою демонструє вже практика сьогодення – розвиватимуться також як активні оператори інформаційними масивами в інтересах держави, в інтересах суспільства. Вони, очевидно, мають ставати своєрідними методичними центрами з керування інформаційними потоками та ефективного використання інформаційних ресурсів. Ці функції сучасних бібліотек набуватимуть дедалі більшої актуальності для широкого користувача в процесі входження суспільства в його пост-індустріальний, інформаційний етап розвитку.

Звертає на себе увагу також та обставина, що бібліотечні установи як і всі інші суб'єкти інформаційного процесу в суспільстві паралельно з розвитком системи вертикальних інформаційних обмінів активно розвивають їх горизонтальну складову, виробляють нові форми представлення інформаційних ресурсів у соціальних мережах. Цим вони повертають собі раніше втраченого в сучасних умовах читача.

4. Активний розвиток соціальних мереж як механізму горизонтальних інформаційних обмінів протягом останнього десятиріччя набув таких масштабів, що його можна кваліфікувати як новий етапу у формуванні внутрішньосуспільної системи соціальних комунікацій. На користь цієї точки зору можна навести таке:

– якщо до останнього часу використання цих технологій тон у формуванні системи соціальних комунікацій та масштабів їх впливу на формування суспільної свідомості задавали центри керівництва та координації, що забезпечували функціонування суспільства за допомогою вертикальних способів інформаційних обмінів, то ініціатива та правила гри при використанні електронних соціальних комунікацій переходять до рівнозначних у соціальних вимірах учасників цього способу обмінів на кооперативних засадах;

– стимулом для такої форми спілкування є не потреби, пов'язані з необхідністю задоволення запитів функціонування та розвитку суспільства, членом якого є цей індивід, а його власні мотиви, бажання, захоплення, що лише опосередковано співвідносяться із суспільними інтересами: можуть підтримуватись у суспільстві, бути нейтральними стосовно його інтересів, або ж заперечуватись ним у тій чи іншій формі;

– на сьогодні соціальні мережі є засобами інформаційних обмінів найменш контрольованими правовою системою українського суспільства. У цьому плані вони є унікальними, оскільки всі раніше створені засоби ініціювалися владою і були в тій чи іншій мірі інструментом керування масами і в тій чи іншій мірі контролювалися нею. Це ж стосується і так званих демократичних, «незалежних» ЗМІ. Не зважаючи на декларативну демократичність, їх залежність від джерел фінансування також обумовлює необхідність відстоювання позицій цих джерел, пов'язаних із системою управління, що підтримують правлячі на сьогодні кола або ж опонують їм.

Соціальні мережі вперше стали засобами обміну інформацією між людьми, контроль за змістом якої з боку держави є в правовому, техніко-технологічному плані істотно обмеженим.

5. Розвиток соціальних мереж за своїми основними характеристиками дає підставу стверджувати, що в цьому випадку ми маємо справу з новим видом прояву соціальності, що характеризується:

– відсутністю або ж досить слабким проявом формальної організації, нерідко для цього потрібна лише формальна реєстрація на тому чи іншому сайті;

– можливою анонімністю, при якій стає важливою лише декларована позиція з обговорюваних на сайтах проблем;

– добровільністю входу в інтернет-співтовариство чи виходу з нього, якщо воно перестає задовольняти з тієї чи іншої причини когось із його членів. Ця обставина забезпечує наявність фактора щирості, давно вже втраченого реальною політикою;

– потенційною здатністю перенесення обговорюваних проблем у сферу «реальної» соціальної практики (аж до створення «віртуальних партій», майже миттєвої організації протестних акцій, інших скоординованих реальних виступів на базі однакового ставлення до подій реального суспільного життя);

– фактичною реальною демократичністю таких організацій, можливістю рівноправного обміну інформацією між учасниками співтовариства, незалежно від реального соціального розшарування.

6. Соціальні мережі сьогодні створили умови для формування нової світової тенденції побудови взаємовідносин з партнерами, колегами, користувачами значно менше порівняно з раніше виробленими,

пов'язаними з вертикальними формами координації функціонування суспільства, та забезпечують формування якісно нової соціальної власності – соціального капіталу. Як вважають дослідники, віртуальний соціальний капітал співтовариства – це сукупність особливостей соціальної системи, створеної у результаті діяльності віртуального співтовариства, що веде до розвитку загальних соціальних норм і правил, які допомагають взаємовигідному співробітництву. За аналогією з фізичним і людським капіталом, втіленим у знаряддях праці та навчанні, які підвищують індивідуальну продуктивність, «соціальний капітал» утримується в таких елементах громадської організації, як соціальні мережі, соціальні норми й довіра (networks, norms and trust), що створює умови для координації й кооперації заради взаємної вигоди (Р. Патнем). До мереж соціального капіталу як віртуального явища треба поставитись із позиції концепції «точок зростання», що надають імпульс розвитку всій соціально-економічній системі. Слід скористатися тим, що розвиток соціальних мереж – це реальна можливість забезпечити перетворення ресурсу соціальних мереж на капітал, який можна використати в найефективнішій формі, забезпечуючи сталий розвиток суспільства на інноваційній основі.

7. Не просто важливим, а невід'ємним елементом сучасної системи масової комунікації сьогодні є блоги. Вони нерідко виступають оперативними та достовірними джерелами фактологічної інформації. Блогосфера сьогодні є органічною та невід'ємною частиною професійної журналістики. У блогах дедалі частіше можна зустріти репортажі, журналістські розслідування, звіти та інші, побудовані на конкретних фактах, матеріали. Блогосфера формує альтернативний інформаційний порядок денний, що корелюються з порядком денним ЗМІ або державної пропаганди лише частково, виступає джерелом тем, фактичного матеріалу, особистих оцінок і живих свідчень. Сьогодні як професійні ЗМІ надають можливість інформаторам завантажити фото або відео, подібні проекти є у CNN, the Guardian, Aftonbladet (популярної шведської газети). У недавньому матеріалі the Economist зазначається, що зараз усе частіше очевидці подій публікують свої матеріали в соцмережах, а не за допомогою спеціальних платформ професійних медіа. За інформацією the Economist, у 2005 р. майже весь згенерований користувачами контент, що використовували ВВС, був наданий безпосередньо організації. Зараз же половину таких матеріа-



лів знаходять у соціальних мережах. Так, у ВВС створено окремий відділ, працівники якого займаються пошуком, відбором і верифікацією цікавого контенту в соціальних медіа. Подібні, але менші відділи існують у всіх провідних виданнях західних країн.

Водночас у інформаційних потоках блогосфери – розважальних, просвітницьких, політичних тощо, можна виокремити таке явище, як громадянська журналістика. З власне блогінгом його пов'язують технічні платформи й форма дописів, за змістом громадянську журналістику можна визначити як активну участь аудиторії в процесі збирання, аналізу й поширення новин та інформації. У доповіді «Ми медіа: як аудиторія формує майбутнє новин та інформації», на замовлення медіа-центру Американського інституту преси, наголошується, що метою такої участі аудиторії в журналістській діяльності є надання незалежної, надійної, точної, повної та актуальної інформації відповідно до вимог демократичного суспільства (Ш. Боуман і К. Уїлліс). Попри те, що блогосфера є глобальною мережею, особливості національних процесів інформатизації, а також специфіка політичного, економічного, культурного життя в різних країнах дає змогу говорити про формування національних сегментів інформаційного простору, у якому функціонують блоги з достатньо вираженими національними особливостями.

Структурно українська блогосфера досить розпорошена: близько 80 % блогів розташовані на трьох блогохостингах: LiveJournal.com, Blogs.Mail.ru і LiveInternet.ru. Поряд з ними більш помітнішими стають і українські блогохостинги: Dnevnik.Bigmir.net, BlogJ.ua, Blog.Meta.ua і Blox.ua. На цих чотирьох хостингах розташовані приблизно 15 % українських блогів. Серед блог-движків користується популярністю WordPress, при чому його використовують не тільки приватні блоги, а й багато порталів. Дедалі більш популярними стають блоги на власних сайтах, або автономні, що характеризуються, до речі, найвищим рівнем активних – до 40 %. Достатньо активно розвиваються блоги, що є частиною відомих українських інтернет-видань – блогів майданчики включені в структуру сайтів видань «Українська правда», «Кореспондент», «Ліга», «День», «Главком», радіо «Свобода» та ін.

Водночас українська блогосфера за останні кілька років змінила напрям свого розвитку від створення, просування та розвитку власних блогів до масового переходу до сервісів мікроблогінгу та соціальних мереж,

таких як Twitter і Facebook. Таким чином, у цьому процесі проявляється така тенденція – «вростання» богів у соціальні мережі, що підвищує інтерактивність блогів – коментування, дискусії навколо викладеного матеріалу. Таким чином, трансформаційні процеси мережевих інформаційних ресурсів впливають на процес удосконалення соціальної структуризації суспільства, вони дають підстави говорити також про виникнення нової філософії та архітектури медіа, базованих на синтезі «традиційного» і «соціального» підходів до масової комунікації.

8. Характерним явищем останніх років стало помітне переміщення активності наших співвітчизників, особливо у Центрі й на Заході України, з мереж, створених у Росії, до провідних транснаціональних мереж, зареєстрованих у США – Facebook, Blogger, Twitter. При цьому особливості принадності все більше набуває в Україні Facebook, що в цілому стало дуже характерним для ряду держав Східно-Центральної Європи, які обрали демократичний вектор розвитку – Польщі, Угорщини, Болгарії, Румунії, Словаччини, Литви, Латвії, Молдови, Грузії. Присутність у Facebook численних представників наукової, освітянської, творчої інтелігенції, включаючи широко відомих діячів, чималою мірою визначає серйозність проблематики спілкування, у якій помітне місце займає обмін важливими новинами культури, науки, суспільного життя, влучними оцінками та оригінальними судженнями з багатьох актуальних гуманітарних проблем. Facebook дедалі більше позиціонується в Україні як середовище спілкування інтелігенції, середнього класу.

Особливістю мережевого спілкування є також те, що воно нерозривно поєднує передачу певної інформації (наприклад, новин) з її почасті аналітичною, а здебільшого – переважно емоційно забарвленою, суб'єктивною оцінкою. Завдяки цьому поширювана інформація набуває нової якості – стає продуктом духовної діяльності соціуму, що лежить в основі культури. Це формує громадську думку, широту етичних і естетичних уявлень. Отже – відкриває простір духовному та інтелектуальному зростанню учасників комунікаційного процесу, стає чинником загального піднесення гуманітарного потенціалу суспільства.

Значні потенційні можливості соціальних мереж у кристалізації суспільних настроїв, втіленні у життя ідей громадянської солідарності яскраво виявилися у нинішній час випробувань, які переживає Україна. Мережі ста-

ли не лише місцем обговорень гострих проблем сьогодення, але й важливим рушієм патріотичного піднесення, засобом мобілізації зусиль громадян на реалізацію конкретних гуманітарних проектів волонтерської допомоги Збройним силам України, постраждалим на Сході України, координації дій громадянського суспільства.

Водночас у реаліях життя процес зростання соціогуманітарної ролі мережевого спілкування за багатьма важливими напрямками відбувається поволі та майже не піддається безпосередньому інструментальному вимірюванню. Він належить до кола «внутрішніх», незрідка зовні майже непомітних явищ суспільного розвитку, значення яких виявляється вповні лише тоді, коли формується їх «критична маса». Бурхливі події сьогодення – яскраве тому підтвердження. У наші дні «приватні інтереси» швидко соціалізуються, розмиваються межі між приватним і публічним, мережевий простір дедалі більше перетворюється не лише на важливе середовище обговорення гострих суспільно-політичних проблем, а й на осередок громадянської самоорганізації.

Не можна недооцінювати гуманітарної ролі соціальних мереж у розбудові повсякденного життя. Адже цілком закономірним є те, що переважна частина учасників соціальних мереж, як показують розрізнені й різноманітні за своїм характером огляди спостерігачів та й статистичні дані, переймаються у своєму спілкуванні насамперед родинними, побутовими, груповими, професійними інтересами. У цьому є чимало позитивних, із гуманітарного погляду, сторін, оскільки йдеться про задоволення особистих інтересів людей, але й чимало проблемних і негативних моментів.

Дослідники звертають увагу на вияви в соціальних мережах і блогосфері зростання певної «атонії» суспільних зв'язків. Ідеться про небезпеку переважання ілюзорного віртуального спілкування, яке ні до чого не зобов'язує, над живими, безпосередніми людськими контактами.

9. У цілому можна констатувати, що протягом останніх десятиріч на наших очах формуються зачатки суспільства, у якому Інтернет став основним засобом спілкування, проведення дозвілля, джерелом інтелектуального зростання, навчання і нерідко – основної роботи. Соціальні медіа дедалі активніше використовуються в роботі органів державної влади в різних країнах світу. Одна з причин такого інтересу до СМ полягає в тому, що вони зарекомендували себе ефективним інструментом політичних,

політтехнологічних впливів на суспільне життя, відкриваючи водночас нові можливості впливу особи на суспільство, на владу, а також забезпечення прозорості відносин влади та громадян, створення нових моделей їх партнерства.

Представляючи собою своєрідний альянс «професіоналів і дилетантів», мережа продукує активні обмінні процеси, мотивує співробітництво, упорядковуючи практики комунікаторів і реципієнтів і, у кінцевому рахунку, сприяє закріпленню принципів співпраці й співробітництва (М. Кастельс). На відміну від концептів «структура» й «система», поняття «мережа» робить акцент на усвідомленій взаємодії всіх агентів, спрямованій на розв'язання соціально значущих проблем і досягненні загальних цілей.

Головними засобами узгодження інтересів стає комунікація й різноманітні форми підтримки контактів сторін, що передбачають установаження як двосторонніх, так і багатосторонніх зв'язків. Мережева комунікація веде до набуття громадськістю активної ролі у прийнятті рішень, а здатність до підтримання комунікації з боку влади стає одним з важливих показників ефективності державного управління.

10. Перенесення процесу утвердження соціальних інтересів у віртуальний простір привело до істотних корективів у традиційному розумінні функціонування механізмів інформаційних обмінів у суспільстві. Серед найважливіших характеристик цього процесу слід зазначити таке: по-перше, відбувається постійне зростання потужності інформаційних потоків, що значно ускладнює процес їх контролю з точки зору інформаційної безпеки. По-друге, з'явилися нові види електронних комунікацій, що поєднують у собі одночасно індивідуальні та масові характеристики впливів, водночас як традиційні технології інформаційного контролю були зорієнтовані або на індивідуальних, або на масових користувачів. По-третє, демократизація суспільства за своїм змістом не відповідає застосовуванню старих методик контролю. І, четверте, поки що державні системи контролю не можуть вчасно і в повній мірі реагувати на змінні, динамічні показники в інформаційному просторі.

Відсутність належної відповідальності перед суспільством авторів інформації в соціальних мережах відображає цілий комплекс нині існуючих проблем сучасної вітчизняної інфосфери. Серед них і непідготовле-

ність значної кількості активних учасників інформаційних обмінів, що під час розвитку інформатизації одержали доступ і до сучасної інформації, і можливості власного інфотворення. До цих причин можна віднести і відставання правової бази сучасної інформатизації від розвитку відповідних процесів. Серед цих причин і свідоме використання наявних проблем у розвитку інформатизації, використання маніпулятивних технологій для впливу на суспільну свідомість. При цьому використовується та обставина, що за наявного на сьогодні рівня суспільної свідомості при коментуванні будь-яких соціальних процесів провокативна, навіть, агресивна інформація може бути схвально сприйнята частиною непідготовлених користувачів, таким чином впливаючи на суспільну думку, настрої та певним чином мотивуючи до відповідних дій.

Аналіз змістовного наповнення сучасних вітчизняних соціальних інформаційних комунікацій говорить про недостатню увагу держави та суспільства до цього напрямку інформаційного самозабезпечення. У наш час комунікаційні можливості розвиваються значно швидше процесу їх суспільно значущого наповнення сучасною науковою, науково-популярною, навчальною, культурологічною та іншою інформацією, що сприяла б суспільному розвитку.

Держава не створює сприятливих умов для розвитку та поширення такої інформації. У результаті на сьогодні соціальні комунікації переповнені інформацією для задоволення низькопробних потреб, примітивних інстинктів, або навіть шкідливої для здоров'я людини, такою, що становить небезпеку для самої держави та суспільства. Критерієм успішності інформаційних структур при цьому стала нездорова сенсаційність, скандальність, вправність у нав'язуванні тих чи інших, далеко не завжди об'єктивних точок зору, проплачених бізнес-інтересів. Крім того, сучасна інформатизація забезпечила можливості доступу до наявних інформаційних ресурсів, виробництва нової інформації та широкого її поширення в електронних комунікаціях для широкого кола громадян. Переважна їх частина не має належної кваліфікації для виготовлення та поширення якісної інформації. У зв'язку з цим протягом останнього десятиріччя вітчизняний інформаційний простір наповнюється низькоякісними масивами нових ресурсів, у яких дедалі важче знайти якісні, потрібні для суспільного розвитку продукти.

Держава не достатньо дбає про конкурентоспроможність власних якісних інформаційних продуктів у вітчизняному інформаційному просторі. І особливо, як показує практика, це проявляється в соцмережах, де практично відсутня відповідна державна політика, не виявляється державний інтерес. Ця обставина стала істотною причиною упущень, що особливо проявилися в атмосфері інформаційної війни, з якою повною мірою зіткнулася Україна під час ведення АТО.

Упущення в роботі з забезпечення громадянам, особливо представникам молодших поколінь, доступу саме до суспільно значущих, необхідних для розвитку, духовного та професійного, інформаційних ресурсів обертається прорахунками в розвитку соціокультурної сфери суспільства, що особливо позначилося на окремих регіонах нашої країни, прорахунками у виховній, патріотичній роботі серед молоді, втратою духовності, суспільною інертністю значної частини суспільства.

Оскільки процес розвитку соцмереж у суспільстві активізується у вітчизняному інформаційному просторі протягом останніх років, саме в цій сфері горизонтальних інформаційних обмінів у найбільшій мірі проявляється відсутність регламентуючої правової бази, правовий нігілізм і ця сфера з розвитком інформаційних процесів стає все більш помітним джерелом негативних впливів на інформаційний простір України, джерелом утвердження зарубіжних економічних, політичних інтересів, джерелом інформаційних небезпек і атак, вразливим місцем при розгортанні характерних для сьогодення інформаційних воєн.

11. Необхідною є розробка та послідовна реалізація державної стратегії, заснованої на визнанні політики стосовно соціальних мереж як важливої складової державної інформаційної політики в цілому. Держава повинна більш активно входити до мережевої комунікаційної сфери шляхом безпосередньої підтримки розгортання ресурсів бюджетних та й позабюджетних організацій. Ідеться, зокрема, про необхідність стимулювання використання ними всіх можливостей, які надає мережеве спілкування для налагодження зв'язку із широким громадянським загалом, пропаганди ідей національної ідентичності України, патріотизму, гуманності.

Слід прямо зазначити, що недостатнє використання державними установами й організаціями у своїй роботі всіх тих багатоваріантних можливостей, які надає мережеве спілкування, є неприпустимою в наш час

помилкою, що істотно знижує ефективність їх функціонування в сучасному суспільстві з його якісно новими інформаційними вимірами.

Провідна роль у використанні потенціалу мережевих соціальних комунікацій, у досягненні суспільно значущої ефективності мережевих соціальних комунікацій має належати поряд із державним регулюванням також демократичним елементам впливу та зусиллям самого громадянського суспільства, яке мусить своїм авторитетом визначати моральні вимоги, задавати високі стандарти гуманітарної культури.

Одним з найважливіших напрямів цієї стратегії є, безперечно, підтримка громадською думкою україномовних ресурсів. Усе нове мусить чітко позиціонуватися в мережі як набуток вітчизняної суспільно-політичної, гуманітарної думки, національної культури. Досягнення цього можливе лише шляхом поєднання свідомих зусиль самих учасників мережевих соціальних комунікацій. Пропагандою, формуванням громадської думки необхідно досягти того, щоб основна частина україномовних учасників мережевого спілкування зосереджувалася не лише у двох містах – Києві та Львові, як сьогодні, а по всіх регіонах України.

Важливим спільним завданням держави та громадянського суспільства, освітніх закладів усіх рівнів, установ науки, інституцій культури, зокрема й бібліотек, має стати впровадження у сферу соціальних комунікацій креативних гуманітарних технологій, які за допомогою формування у громадян усіх поколінь сучасної інформаційної культури, практичних навичок і потреб участі в соціальних мережах, ведення і використання блогів для навчання й самоосвіти, сприяли б створенню умов для утвердження в суспільстві нових смислів і мотивацій, зразків соціальної поведінки та світоглядних орієнтирів, стійких морально-етичних і патріотичних переконань, ідей динамічного розвитку, особистого духовного та професійного зростання, суспільної толерантності, міжетнічного та міжконфесійного порозуміння, високої культури історичної пам'яті, здорового способу життя.

11. Можливості технологій соціальних мереж змушують вносити нові корективи і в уявлення про інформаційну безпеку. Особисті дані користувачів, що перебувають у загальному доступі, можуть бути використані без дозволу в рекламних цілях, з вини мережі може бути здійснено витік платіжних даних. Серйозні неприємності для користувача можуть бути пов'язані зі зломом акаунта та використанням усієї інформації для шко-

ди йому, у тому числі з метою політичного чи економічного шпигунства, дискредитації та інших дій з метою помсти. Загрозливим є так званий фішинг, вірус, що непомітно для користувача краде його логін і пароль, а потім використовує їх для автоматичної розсилки спаму від імені користувача по всьому списку його контактів.

При цьому слід визнати, що на сьогодні соціальні мережі Інтернету стають істотним інструментом деструктивного інформаційно-психологічного впливу, у тому числі – у цілях маніпулювання особистістю, соціальними групами та суспільством у цілому, а також полем інформаційного протистояння.

Паралельно з цим набуває розвитку цільове призначення мереж з використанням специфічних маніпулятивних технологій. Серед великого різноманіття способів інформаційних впливів, які реалізуються в інформаційному просторі або через нього, можна виділити такі: поширення спеціально підібраної інформації (дезінформації). Цей спосіб впливів здійснюється у формі: розсилки e-mail (електронних листів); організації новинних груп у соціальних мережах; створення сайтів з елементами інтерактивної взаємодії їх відвідувачів (чати, онлайн-голосування); розміщення інформації на приватних за змістом веб-ресурсах: у блогах, соціальних мережах.

Інформаційне маніпулювання із застосуванням різноманітних технологій інформаційно-психологічного впливу, у тому числі й сугестивних, з розвитком технологій стає дедалі більш дієвим. Зокрема, це стосується механізмів реалізації політичного впливу. Сугестивні технології активніше використовуються в інтернет-просторі та набувають масштабів, співзмірних із загрозами для національного інформаційного простору.

12. В Україні політичне маніпулювання інформацією, що реалізується через Інтернет і, безпосередньо, через соціальні мережі, мережеві співтовариства, може стати серйозною загрозою, як головним засадам розбудови демократичного суспільства та зміцненню незалежності України, так і національній інформаційній безпеці держави.

По-перше, додаткової вразливості національний інформаційний простір набуває через істотне відставання діючої правової бази від реально існуючих інформаційних процесів у суспільстві. У зв'язку з цим необхідна організація постійної роботи з приведення у відповідність правових актів з розвитком інформаційних технологій, забезпечення співмірності цих актів



з еволюцією міжнародного законодавства в цій сфері діяльності та зростаючими суспільними потребами, пов'язаними з реалізацією державної програми інформатизації. Важливим також є вдосконалення нормативно-правової бази забезпечення загальнодержавної системи інформаційної безпеки стосовно визначення порядку поширення та використання інформаційної продукції зарубіжного виробництва на території України, врахування вимог інформаційної безпеки при закупівлі зарубіжних програмно-технічних і телекомунікаційних засобів, їх використання в стратегічно важливих галузях, на об'єктах важливого державного та суспільного значення.

По-друге, соціальні мережі надають досить великі можливості для аналізу та прогнозування розвитку подій. Моніторинг і аналіз коментарів дає можливість отримувати зворотний зв'язок і прогнозувати реакцію людей на ті чи інші події, а також знаходити та випробовувати нові способи впливу та моделювати ситуації. Таким чином, має здійснюватися оперативне реагування на спроби формування негативного іміджу стосовно України та її громадян, органів державного урядування, інших суспільних інститутів, викривлення та тенденційний підбір фактів історичного минулого, поринення неправдивої інформації;

По-третє, організація протидії негативним впливам при використанні соцмереж, зважаючи на їх прискорений розвиток, має ввійти в число основних національних пріоритетів у заходах, орієнтованих на забезпечення вітчизняної інформаційної безпеки, налагодження успішного протистояння українського суспільства в інформаційних війнах. Вона має сприяти захисту економічного та політичного суверенітету, власної соціокультурної ідентичності при досягненні балансу між відкритістю інформації як вимогою сучасного демократичного суспільства та суспільно необхідними обмеженнями на її поширення.

Організація протидії негативним інформаційним впливам, пов'язаним з використанням соціальних мереж, має сприяти інформаційній діяльності, спрямованій на патріотичне виховання всіх категорій населення, утвердження загальнодержавної системи духовних цінностей, пропаганду толерантності, злагоди, міжетнічного та міжрелігійного миру, суспільну солідарність. Ця робота є особливо важливою у зв'язку із специфікою такого виду інформаційних обмінів на рівні горизонтальних зв'язків між членами суспільства.

Практика функціонування соціальних мереж у сьогоденні актуалізує необхідність розробки ефективних технологій для нейтралізації діяльності іноземних політичних, економічних, військових, розвідувальних структур, спрямованої проти інтересів України, у запобіганні проявам інформаційно-диверсійної діяльності терористичних організацій, груп, окремих осіб з метою дестабілізації суспільного життя в країні та завдання шкоди громадянам, державі, введення в систему інформаційних ресурсів спеціально організованої, неправдивої інформації, застосування негативного інформаційно-психологічного впливу на особу.

13. Розвиток соцмереж не лише відкрив нові можливості для спілкування однодумців, для самоорганізації членів людських спільностей за інтересами, що сприяє в цілому піднесенню творчого потенціалу суспільства. Він виявляє також нові проблеми в справі його внутрішньої самоорганізації, відповідної динамічності в розвитку правової бази інформатизації, організації інформаційної безпеки з урахуванням постійного прогресу техніко-технологічної бази інформаційних процесів.



Наукове видання

ОНИЩЕНКО Олексій Семенович, ГОРОВИЙ Валерій Микитович,  
ПОПИК Володимир Іванович та ін.

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОВПЛИВУ ВЛАДИ  
ТА ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

Редактори: Т. Дубас, О. Федоренко, Ю. Шлапак  
Технічний редактор Т. Дубас  
Комп'ютерна верстка: Г. Булахова

Підп. до друку 10.10.2014. Формат 70x100/16.  
Друк офс. Ум. друк. арк. 20,96. Обл.-вид. арк. 13,49.  
Наклад 300 пр. Зам. № 20.

Надруковано у НВЦ Національної бібліотеки України  
імені В. І. Вернадського  
03039, Київ, просп. 40-річчя Жовтня, 3

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготівників  
і розповсюджувачів видавничої продукції  
ДК № 1390 від 11.06.2003 р.