

Ханстантинов В. А. Политическая лояльность и роль элиты в ее формировании

В статье характеризуется сущность политической лояльности. Выделены её типы и состояния. Раскрыта определяющая роль элиты в формировании политической лояльности. Обозначены основные проблемы, требующие своего разрешения на пути становления в Украине политической лояльности, что соответствовало бы её евроинтеграционному курсу.

Ключевые слова: лояльность, власть, доверие, легитимность, демократия, ответственность, надлежащее управление, социальная сплоченность.

Khanstantynov V. Political Loyalty and the Impact of Elites on its Development

The nature of political loyalty is characterized. Its types and conditions are analyzed. A decisive role of the elite in creating the political loyalty is pointed out. The basic problems that need to be settled on the path to promoting political loyalty in Ukraine, which can meet standards of its European integration are analyzed.

Keywords: loyalty, authority, credibility, legitimacy, democracy, accountability, good governance, social cohesiveness.

УДК 004.9:007:316.776.4

Хома Наталія Михайлівна,

доктор політичних наук, доцент, доцент кафедри теорії та історії політичної науки
Львівського національного університету імені Івана Франка

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У КООРДИНАЦІЇ ПРОТЕСТНИХ АКЦІЙ

Вивчається роль соціальних мереж у формуванні настроїв громадської думки. Оцінено їх як комунікативний інструмент протестних акцій та мобілізаційний засіб у період зростання протестного потенціалу. Розкрито відмінні наукові підходи до оцінки ролі соціальних медіа в акціях протесту. Оцінена роль основних соціальних мереж під час революцій та акцій протесту в останні роки; розглянуто їх вплив під час Революції гідності в Україні.

Ключові слова: соціальні медіа, соціальні мережі, Twitter-революція.

Коли у 1949 р. вийшов друком роман-антиутопія Дж. Орвелла «1984», зображені на його сторінках неоформи комунікації видавалися фантастикою. Через сорок років, у 1989 р., президент США Р. Рейган виголосив: «Голіаф тоталітаризму буде поборений Давидом із мікрочіпа». Слова Рейгана проєктуються на організовані з використанням соціальних мереж масові акції протесту (Twitter-революції, Facebook-революції), які завершили історію кількох авторитарних режимів ХХІ ст. Якою була роль електронних засобів комунікації в трансформації політичних систем у різних куточках планети? Чи є насправді нові соціальні медіа чинником поширення опозиційних політичних настроїв і мобілізації громади?

До соціальних медіа відносять блоги (мікроблоги), контент-спільноти, соціальні мережі, форуми та под. Усі вони втілюють онлайнові технології на принципах Веб 2.0. Зупинимося на аналізі впливу соціальних мереж, проаналізувавши їх потенціал на прикладі революцій останніх років – як в Україні, так і в інших державах. Нашим завданням є вивчення ролі соціальних мереж у формуванні настроїв громадської думки, оцінка їх як комунікативного інструменту протестних акцій і мобілізаційного засобу періоду піднесення протестного потенціалу.

База дослідження проблематики закладена у концепції інформаційного суспільства (М. Маклюен, І. Масуда, Є. Морозов, А. Тоффлер, Дж. Несбит, М. Кастельс, Г. Уебстер та ін.). Тему розвинули вітчизняні дослідники К. Василенко, С. Даниленко,

С. Коноплицький, Є. Ланюк, О. Маліса, Б. Потятиник, Г. Почепцов, О. Присяжнюк, Н. Стасула, О. Третяк, Д. Яковлев та ін. У їхніх розвідках вивчалися можливості нових медіа, аналізувався їх позитивний і негативний вплив на Інтернет-спільноту, аналізувався вплив соціальних мереж під час антиавторитарних революцій ХХІ ст., головно у арабському світі. Революція гідності 2013-2014 рр., а також подальша анексія АР Крим та антитерористична операція в Україні актуалізували багато тем для аналізу, зокрема, оцінка вплив соціальних мереж на організацію та координацію акцій протесту, волонтерство та под.

Роль соціальних медіа в акціях протесту дебатуються експертним середовищем. Одним із найвідоміших кіберскептиків є професор Стенфордського університету публіцист Є. Морозов. Він заперечує, що свобода в Інтернеті робить нас вільними, а соціальні мережі можуть бути колективними пропагандистами й організаторами борців із авторитаризмом. На думку дослідника, свобода інформації в Інтернеті не сприяє поваленню недемократичних режимів, а навпаки робить ці режими сильнішими [6]. Тих, хто вірить у всесилля мережі Є. Морозов називає кіберутопістами, а їх віру – згубною, бо лібералізація не можлива тільки за наявності Інтернету та диванного революціонерства. Звернемо увагу, що книга «Інтернет як ілюзія» (2010) була написана автором ще до «Арабської весни», але й сьогоднішні публікації автора не свідчать про зміну його наукової позиції.

Професор Нью-Йоркського університету Дж. Розен піднімає проблему надійності джерел інформації через спотворення інформації усіма учасниками революційних подій. М. Гледвел статті «Невеликі зміни: чому революції не будуть твіттеритися» (2010), стверджував, що соціальні медіа не здатні спричинити соціально-політичні зміни; його підтримав соціолог З. Туфекці, який вважав, що соціальні медіа безпосередньо не спричиняють революції, але сприяють швидкому встановленню мережевих зв'язків.

Соціальні медіа не просто інформують (порівняно вужчу, аніж традиційні медіа аудиторію), а соціально-психологічно впливають на споживачів інформації. Вони створюють «гіперреальність» (Ж. Бодріяр), перетворюють політику у медіа-процес, віртуалізують політичний простір; створюють нові форми комунікації у сфері публічної влади. Як зауважує Е. Тоффлер, «нова система створення матеріальних цінностей цілком і повністю залежить від миттєвого зв'язку і розповсюдження нових ідей та символів» [8, с. 44].

Неоднозначними є оцінки впливу соціальних мереж серед вітчизняних політологів і дослідників соціальних комунікацій. Зокрема, С. Даниленко вважає, що онлайніві соціальні мережі є принципово новим різновидом громадянських політичних комунікацій. Мережеве суспільство як якісно новий тип громадянського суспільства, на його думку, спричинило до масових політичних рухів, ініційованих соціальними мережами (Twitter-революції, «блогерні революції» і под.). Мережа перетворилася на інструмент соціально-політичної революційної дії, принципово відмінної від простого реагування на повідомлення медіа (меседжі) чи участі у створенні інформаційного потоку [3].

К. Василенко висуває контраргумент щодо концепції зростання ролі соціальних мереж у процесі формування думки, доводячи, що в специфічних умовах України, що знаходиться на досить невисокому щаблі технологічного розвитку, соціальні мережі порівняно мало сприяють соціалізації особистості [2]. Проте, дослідницею робиться припущення, що в майбутньому, за умови розростання соціальних мереж в Україні, можна буде говорити про соціальний інжиніринг. Соціальні мережі, на думку К. Василенко, до певної міри зменшують протестний потенціал користувачів Інтернету, ставши певним чином «соціальним клапаном», через який вільно виходить енергія протесту; емоції гасяться під час обговорення на форумах; пропозиції виносяться в коментарі під політичними матеріалами і там ідуть в небуття. Анонімний протест; пропозиції, підписані псевдонімом; заклики, автор яких прикривається «ніком» – розбещують і без того невисоку політичну, моральну культуру пересічних громадян, формують безвідповідальність, пасивність, інертність.

На думку О. Третяка, розвиток соціальних мереж є особливим аспектом діяльності медіа як складової сучасної публічної сфери політики, бо громадяни на умовах анонімності

оцінюють поточну соціальну та політичну ситуацію. Водночас розвиток новітніх комунікаційних систем, на його думку, не сприяє формуванню справжньої публічної сфери, оскільки політичні суб'єкти намагаються використати їх у своїх цілях [9].

Д. Яковлев і П. Колотвін вважають, що характер інтерактивної комунікації мережі Інтернет забезпечує аудиторії своєрідне інформаційне партнерство, більші права в інформаційному обміні, широкі комунікативні можливості для розвитку діалогу. Це дозволяє суспільству брати участь у формуванні «порядку денного», що створює умови для демократизації політичної комунікації в Інтернет [12, с. 238]. Традиційні ЗМІ працюють переважно в режимі інформаційного монологу (односторонньої комунікації), за допомогою якої відповідні структури впливають на розуми та підтримують контроль над підвладними суб'єктами. Інтернет може забезпечити постійний суспільно-політичний диспут із можливістю електронного зворотного зв'язку в реальному часі між владою і громадянами, і відкриє реальну можливість подолання ієрархізму владних структур [12, с. 238].

На нашу думку, політика більше, ніж інші види суспільної діяльності, потребує спеціальних засобів інформаційного обміну для встановлення та підтримки постійних зв'язків між її суб'єктами. Вона неможлива без опосередкованих форм спілкування та спеціальних засобів зв'язку між різними носіями влади, а також між державою і громадянами. Першопочаткова мета й основне політичне призначення ЗМІ полягало у виконанні ролі «медіатора», чи певного буфера, між політикою та громадськістю [10].

«Пришестя» блогосфери зумовило появу громадських медіа з гаслом: «Кожний громадянин – репортер». Із появою е-комунікації система відносин між державою та медіа кардинально змінюється. Нові медіа прийшли на зміну пресі як каналу інформаційних потоків від індивіда до індивіда та від індивіда до уряду. Інтернет змінив відстані між людьми, полегшуючи революційні кроки, однак інформація з такого джерела є «нефільтрованою», а це актуалізує питання надійності та достовірності. Відповідно, фундаментальною проблемою інформаційного вибуху, спричиненого Інтернетом, є: чи ми будемо краще поінформовані чи лише більше збентежені? Якщо у традиційних ЗМІ для зниження маніпулятивного впливу ЗМІ на прийняття політичних рішень дієвими засобами поруч із правовим регулюванням є професійна етика та редакційна політика, то у е-комунікації, де кожен «сам собі журналіст», питання етичності, достовірності поширеної інформації дуже болісне.

Події останніх років демонструють: засоби онлайн-комунікації здатні мобілізувати та координувати політичну активність мас, які стають самостійним суб'єктом історичних перетворень навіть без посередництва традиційних сил, якими є політичні партії та їх лідери. Соціальні мережі стають справжньою трибуною для незалежного громадянського дискурсу. У чотирьох найпопулярніших соціальних мережах – Facebook, Twitter, «Вконтакте» та «Однокласники» – зареєстровано понад 40 млн. українських акаунтів. У 2014 р. аудиторія українського сегменту Інтернету складає майже 19 млн.

Завдяки появі Інтернету комунікація виходить на міжособистісний рівень, на якому інформаційні потоки йдуть безпосередньо від індивіда до індивіда. Мережеві медіа базуються на принципі «від кожного до кожного»; вони характеризуються рівністю можливостей для відправників і одержувачів її, що нехарактерне для «традиційних» ЗМІ. Відтак, початок XXI століття – своєрідна точка відліку нової суспільно-політичної формації, в якій відносини між владою та автономним в інформаційному плані від неї суспільством виходять на якісно новий рівень.

Осциру Wall Street (США), рух M15 (Іспанія), події на площі Тахрір (Єгипт), площі Таксим (Туреччина), Євромайдан (Україна) і под. — відмінні громадські рухи, що вийшли з відмінних умов і контекстів. Соціальні мережі виводять на вулиці чимало тих, хто ніколи до цього не протестував. Мобільні технології, соціальні медіа та молодий вік протестувальників стали вибуховою сумішшю для урядів у багатьох регіонах планети. Соціальні медіа залучили значно ширше коло акторів, ніж власне учасники акцій та уряд. Вирішальну роль в акціях

протесту відіграє урбанізоване та технологічно грамотне покоління, а соціальні мережі стають трибуною для незалежного громадянського дискурсу.

Під час революційних подій соціальні медіа відіграли насамперед мобілізаційну роль. Facebook трансформувався у консолідуючу платформу для розпорошених блогерів та авторів роликів на YouTube, Facebook-групи сприяли організації перших протестів і спонукали демонстрантів до активних дій. Соціальні мережі стали основним джерелом новин для ЗМІ, публікуючи новини із зображенням і звуковим супроводом.

06□12.08.2011 р. під час «BlackBerry-бунту» (Велика Британія) усіма основними учасниками (мародерами, громадянами та поліцією) активно використовувалися сучасні інформаційні технології (мобільний зв'язок, соціальні мережі усіх типів). Facebook, Twitter (як соцмережі середнього класу, освіченіших користувачів) більше допомогли саме поліції та тим громадянам, які намагались самоорганізуватись для протидії мародерам. На думку Д. Дубова, вони виступили в даному випадку, швидше як контрреволюційні мережі щодо погромників, допомагаючи поліції у пошуку злочинців та забезпечуючи координацію для тих, хто вирішив об'єднуватись в групи самооборони [4]. Наприклад, анонімний блог Catch A Looter («Спіймай мародера») публікував зображення тих, хто був помічений у мародерстві. Через соціальні мережі координували свої дії самоорганізовані загони оборони. Можна провести аналогії з вітчизняними реаліями. Зокрема, після Ночі гніву у Львові (18□19.02.2014 р.; захоплення усіх адміністративних будівель міста, які уособлювали тогочасний режим) й аналогічних подій у багатьох містах України, ті, хто був свідомий загроз анархії, самоорганізувавшись через соціальні мережі забезпечувати порядок у своєму місті: сформовані загони народної самооборони тимчасово замінили органи правопорядку.

Хоча про роль Facebook, Twitter та Youtube у революційних подіях ХХІ ст. дослідники продовжують сперечатися, думки варіюються в діапазоні від визнання за соціальними мережами вирішальної ролі у т. зв. «Революції 2.0» до трактування їх як лише «одного з» вирішальних чинників. Twitter-революції засвідчують перехід до нової форми протестної активності, яка, можливо, стане домінуючою у ХХІ столітті. Під час подій у Єгипті було поставлено питання: чи можуть події, на кшталт єгипетських чи хоча б білоруських, відбутися в Україні [5].

Ще під час Податкового майдану (2010 р., грудень) українці вперше масово апробували такий вид інформації, як жива Інтернет-трансляція з місця події (стрім-трансляція). Відео трансливалося не лише зі статичної камери, а й тоді, коли мітинг рушив до Банкової – відео фактично переносило Інтернет-глядачів усередину мітингу.

Помаранчева революція (2004) і Революції гідності (2013-2014) відрізняються за роллю Інтернету: у 2004 р. Інтернет був рупором і платформою для інформування прихильників і противників протесту, але не засобом згуртування величезної спільноти; у 2014 р. кіберпростір став не лише засобом миттєвого інформування, але інструментом узгодження, координації дій між протестантами, розрізненими насамперед у просторі. Інтернет періоду Революції гідності став основою самоорганізації громадян у групи – різні за завданнями та кількістю учасників, а соціальні мережі стали найоперативнішим джерелом інформації про події на Майдані.

У аналізах революційних подій 2013-2014 рр. висловлюється думка, що «Майдан, як подія, народився в Facebook» [1], адже перші протестувальники вийшли на Майдан 21.11.2013 р. листопада одночасно в Києві та Львові після появи в Facebook закликів до протесту проти відмови уряду від євроінтеграції. Головно Facebook і «ВКонтакте» позиціонували себе як рупори протестувальників (Майдану) та протестувальників проти протестувальників (Антимайдану). Зокрема, у перші дні протестів у Facebook були створені новинарні групи Євромайдану (сторінки «ЄвроМайдан – EuroMaydan», «Євромайдан SOS», «Євромайдан Львів» і под.), на яких як відстежувалися події, так і інформувалося про зниклих під час протестів, повідомлялося про нагальні матеріальні потреби і под. Twitter використовувався в українських подіях не настільки активно (як під час «Арабської весни»),

але Twitter-стрічка і в Україні була оперативним джерелом інформування. Зокрема, в перший тиждень протестів (21–28.11.2013) найпопулярнішим хештегом серед українських користувачів сервісу мікроблогів був хештег #євромайдан (згадувався в середньому 1,5-3 тис. разів на годину) [1].

Інформаційна активність прихильників Євромайдан викликала протидію, зокрема у формі фейкових повідомлень від тих, хто намагався дискредитувати революційну ідею. Наприклад, через емоційні пости: «Був учора на Євромайдані. Холодно, захворів, завтра вже нікуди не піду». Регулярно поширювалися через усі соціальні мережі повідомлення неправдивого змісту, спрямовані на залякування потенційних учасників протестів і поширення паніки, як-от: отруєння води в деяких населених пунктах, перестрілки у житлових кварталах і под. Українських протестувальників через соціальні мережі, Інтернет-видання активно дезінформували про можливе поширення епідемії туберкульозу на Майдані після знайдення 06.12.2013 р. на Майдані тіла померлого; про можливу епідемію серед людей, що захопили Київську міську державну адміністрацію (за заявами экс-голови О. Попова) і под. Серед інших методів перешкодження громадянській активності – тролінг та атаки на сторінки активістів/ініціатив/рухів і под.

Соціальні мережі почали використовуватися для озвучення персональних даних представників як Євромайдану, так і Антимайдану. У мережі публікувалися персональні дані співробітників «Беркуту», списки автомайданівців із номерами їхніх автомобілів і домашніми адресами, що призвело до підпалів машин на вулицях Києва. Інтернет і соціальні мережі в цьому випадку перетворилися в платформу для розміщення компромату для обох сторін протистояння. В деяких групах «ВКонтакте» в кінці січня 2014 р. навіть розміщувалися фотографії та посилання на профайли прихильників Євромайдану.

Соціальні медіа стали платформами для координації протестувальників та організацій заходів. Особливою була роль лідерів громадської думки, які використовували свої сторінки у соціальних мережах для публікації розгорнутих постів із обґрунтуванням своєї позиції. Слово в буквальному значенні стало зброєю. Володіти ним і оборонятися від нього – правило виживання у кіберпросторі; Майдан-2014 виробив свою рекомендацію: «Не бачив сам – мовчи. Вважаєш небезпечним – піди й перевір».

Проблема достовірності інформації особливо загострилася під час проведення антитерористичної операції на Сході України. На думку як пересічних користувачів, так і представників влади (зокрема, очільника СБУ В. Наливайченка), російські спецслужби через соціальні мережі поширюють неправдиву інформацію, щоб посіяти паніку серед українців і дестабілізувати ситуацію. Неодноразово українська сторона зв'язувалася (безрезультатно) із керівництвом та адміністраторами Facebook, який використовують росіяни для поширення неправдивої інформації. Натомість наприкінці серпня 2014 р. завершено урядові переговори з Google щодо запобігання блокування Росією каналу YouTube та інших ресурсів, де викладається правдива інформація про ситуацію в Україні [11].

Українці активно використовують соціальні мережі для впливу як усередині країни, такі і поза на світову громадськість. Наприклад, напередодні червневого (2014) саміту НАТО МЗС України звернулося до українців приєднатися до tweets-storm за хештегом #StopRussianAggression у Facebook та Twitter; це стало своєрідним тролінгом Кремля, а окрім цього ситуація в Україні у такий додатковий спосіб виводилася на світовий рівень і стимулювалося міжнародне обговорення проблеми. «Бомбардували» Twitter і Facebook й іншими хештегами, наприклад, #euromaidan#Ukraine#digitalmaidan.

Констатуємо: Інтернет – не причина революцій, «спусковий гачок», але дієвий механізм найшвидшого поширення інформації; причини ж лежать у соціальній площині (корупція, бідність і под.; у випадку з Україною – відмова від євроінтеграційного курсу як детонатор). Підтвердженням значимості впливу соціальних мереж на активізацію громади було ухвалення 16.01.2014 р. Верховною Радою України законопроекту №38931 – одного із «диктарорських законів» – «Про додаткові заходи стосовно впорядкування активності

громадян у соціальних мережах» (скасований парламентом 28.02.2014). У багатьох державах уряди обмежують чи блокують Інтернет, бачачи результат використання демонстрантами соціальних мереж із мобілізаційною метою.

При оцінці сили впливу Інтернет-комунікації необхідно виходити з того, що для отримання політичної інформації українці сьогодні з різних причин усе ж віддають перевагу здебільшого телебаченню або друкованим ЗМІ. Зокрема, за результатами опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології (09-19.10.2014), 83,5% українців продовжувати дізнаватися внутрішньодержавні новини з українського телебачення, а 31% дізнаються новини з Інтернету [7]. Але виходячи з постійного зростання кількості активних українських Інтернет-користувачів із кожним днем роль мережі Інтернет буде лише зростати. Принаймні, українські політики активно освоюють Інтернет, багато з них є активними Twitter- і Facebook-користувачами: наприклад, на початок листопада 2014 р. лідерами за кількістю читачів сторінок у Facebook серед українських політиків були А. Яценюк (290 тис. користувачів мережі), П. Порошенко (265 тис.), А. Аваков (244 тис.), воєнний експерт Д. Тимчук (223 тис.), командир добровольчого батальйону «Донбас» С. Семенченко (186 тис.), О. Ляшко (169 тис.) і т. д.

Соціальні медіа структурують наратив. Відбувся новий поворот української публічної сфери з появою хештегу #Євромайдан. Виникла нова публічна сфера в результаті активної циркуляції/репостів аналізованих повідомлень іншими користувачами соціальних мереж. Але незважаючи на те, що соціальні мережі значимі в українських подіях, їх активне використання – це, скоріше, справа рук активістів і менше – результат скоординованих дій представників політичних сил або влади. Повідомлення/пости (posts) лідерів громадської думки на їх сторінках у соціальних мережах стали смисловим ядром громадської думки.

Соціальні медіа, змінюють механізми колективних дій у суспільстві. Вони демонструють миттєву оперативність (наприклад, стрім-трансляції), але не можуть відповідно «утилізувати» фейки. Будучи інструментом, який відіграє роль каталізатора масових протестів, соціальні мережі не створюють їх самі по собі. Переважно слабкі зв'язки у соціальних мережах не виключають того, що вони можуть використовуватися для координації реальних груп активістів і друзів, що особливо простежувалося у організації через соціальні мережі збору коштів, речей, медикаментів на потреби спершу Євромайдану, а згодом – українських військових.

У сучасному світі соціальні мережі можуть бути цілком дієвим майданчиком, що дозволяє не тільки поширювати інформацію, але й впливати на офлайновий світ. І цей вплив буде тільки посилюватися і перетворюватися на результат праці професіоналів. Потрібні дослідження того, як онлайн-платформи можуть сприяти позитивним суспільним результатам через участь, ведення переговорів і вироблення нових рішень, особливо для складних проблем.

Література:

1. Баловсяк Н. Євромайдан и онлайн: как сторонники и противники Евромайдана используют социальные сети [Электронный ресурс] / Н. Баловсяк. — Режим доступа: <http://www.towave.ru/pub/evromaidan-i-onlain-kak-sotsialnye-seti-ispolzuyut-storonniki-i-protivniki-evromaidana.html>.
2. Василенко К. М. Інтернет-видання як чинник формування демократичної політичної культури : автореф. дис ... канд. політ. наук: 23.00.03 / Ксенія Микитівна Василенко. — К. : Б.в., 2012. — 20 с.
3. Даниленко С. І. Громадянський вимір інформаційно-комунікаційної революції: концептуально-теоретичні та політико-прикладні аспекти : автореф. дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.03 / Сергій Іванович Даниленко. — К. : Б.в., 2011. — 36 с.
4. Дубов Д. Мобільний зв'язок та соціальні мережі під час у Великобританії / Д. Дубов // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/553/>.

5. Ланюк Є. «Двосічний меч» Facebook'а, або як соціальні мережі змінюють облік світового політикуму [Електронний ресурс] / Є. Ланюк // Західна аналітична група. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zgroup.com.ua/article.php?articleid=4951>. – Назва з екрана.
6. Морозов Е. Интернет как иллюзия / Е. Морозов. — М. : АСТ: CORPUS, 2014. — 528 с.
7. Новікова Л. ЗМІ та довіра до українських і російських ЗМІ: Прес-реліз Київського міжнародного інституту соціології [Електронний ресурс] / Л. Новікова. — Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=425&page=1>.
8. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века / Э. Тоффлер. — М. : АСТ, 2009. — 668 с.
9. Третьяк О. А. Влияние новітніх комунікаційних інтернет-мереж на розвиток публічної сфери політики / О. А. Третьяк // Економічний часопис-XXI. — 2011. — № 11-12. — С. 37-39.
10. Туронок С. Г. Интернет и политический процесс / С. Г. Туронок // Общественные науки и современность. — 2001. — №2. — С. 51-63.
11. Україна попросила Google не блокувати сайти на вимогу Росії [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ukr.lb.ua/news/2014/08/28/277586_ukraina_porposila_google.html.
12. Яковлев Д. В. Роль суспільних електронних медіа у політичній інтеракції / Д. В. Яковлев, П. О. Колотвін // Дослідження політичної взаємодії в умовах трансформації суспільства : збірка наукових праць / Л. О. Ануфрієв [та ін.] ; наук. ред.: Л. О. Ануфрієв ; ОНУ ім. І. І. Мечникова, ІСН. — Одеса : Одеський нац. ун-т, 2013. — С. 223-243.

Хома Н. М. Роль соціальних мереж в координації протестних акцій

Изучается роль социальных сетей в формировании настроений общественного мнения. Дана их оценка как коммуникативного инструмента и мобилизационного средства в период роста протестного потенциала. Проанализированы основные научные подходы к оценке роли социальных медиа в акциях протеста. Оценена роль основных социальных сетей во время революций и акций протеста в последние годы; рассмотрено их влияние во время Революции достоинства в Украине.

Ключевые слова: социальные медиа, социальные сети, Twitter-революция.

Khoma N. Role of social networks in coordination protests

We study the role of social networks in shaping the attitudes of public opinion. Their estimation as a communicative tool and a means of mobilization in the period of growth potential for protest. Analyzed the main scientific approaches to assessing the role of social media in the protests. The role of the major social networks during the revolutions and protests in recent years; considered their influence during the Revolution in Ukraine dignity.

Keywords: social media, social network, Twitter-revolution.

УДК 321.7. 324

Шерман Олена Михайлівна,

доктор політичних наук, доцент, завідувач кафедри гуманітарних дисциплін та соціальної роботи Львівського державного університету безпеки життєдіяльності

**ЗДОРОВ'Я В СИСТЕМІ ФІЗИЧНИХ ПАРАМЕТРІВ ІМІДЖУ
ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА**

Розглянуто специфіку сприйняття такого фізичного компоненту іміджу політичного лідера, як здоров'я, з урахуванням діахронічного аспекту питання. Доведено, що