

## СОЦІАЛЬНІ ЗМІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПРОТЕСТНУ ПОВЕДІНКУ ГРОМАДЯН

*У статті подається аналіз протестних настроїв громадян. На основі вторинного аналізу соціологічних досліджень розкрито основні причини, що призводять до акцій протесту. Значний вплив на реалізацію протестних настроїв мають соціальні мережі. Наголошено, що використання соціальних засобів масової інформації стає ефективним знаряддям у досягненні вимог громадськості.*

**Ключові слова:** соціальні засоби масової інформації, протестна поведінка, акції протесту, соціальні мережі.

*В статье дается анализ протестных настроений граждан. На основе вторичного анализа социологических исследований раскрыты основные причины, приводящие к акциям протеста. Значительное влияние на реализацию протестных настроений имеют социальные сети. Отмечено, что использование социальных средств массовой информации становится эффективным орудием в достижении требований общественности.*

**Ключевые слова:** социальные средства массовой информации, протестное поведение, акции протеста, «социальные сети».

*The article is analyzed the citizen's protests attitudes. It has demonstrated the main reasons of protest's acts on the base of secondary analysis of sociological data. Social networks have significantly influence on the implementation of protests attitudes. The use of social media is becoming an effective tool in achieving the requirements of society.*

**Key words:** social media, protest behavior, protest, social network.

**Постановка проблеми.** Результатом розвитку перших спроб соціального інформування є цивілізаційна складова сучасних засобів масової інформації (далі - ЗМІ). Як суспільний інститут, ЗМІ являє собою одночасно, машину з виробництва щастя (його різних видів) та інструмент аналізу розвитку подій у країні. Контекстуальність глобального використання ЗМІ, зокрема соціальних, є одним із найбільш поширених видів діяльності сучасного населення. Будь-який веб-сайт, що дає змогу здійснювати соціальну взаємодію, вважається соціальним ЗМІ. До них, зокрема, належать сайти соціальних мереж (Facebook, MySpace, Twitter), азартних ігор і віртуальних світів (Club Penguin, Second Life, Sims), відео-сайти (YouTube) і блоги. За останні роки, вищенаведені ресурси надзвичайно бурхливо розвиваються, даючи сучасним людям можливості для розваг і спілкування.

Однією з характерних ознак сучасного суспільства є вираженість протестних форм поведінки, яка відбувається як на рівні соціальних груп, так і на індивідуальному рівні через соціальні ЗМІ. Реалізація такої форми поведінки втілюється у життя за допомогою соціальних мереж (таких як Facebook, Vkontakte), що в подальшому знаходить своє втілення у політичних і соціальних акціях

протесту. У своїй більшості, ці протести спрямовані проти політики деяких владних структур, діяльності керівників або соціального оточення (наприклад, гучні події у м. Миколаїв 2012-2013 рр.). Учасниками протестних акцій виступають переважно молоді люди, студентство, члени молодіжних політичних і громадських об'єднань. Тому актуальність цього дослідження полягає у вивченні передумов виникнення протестної поведінки громадян, її особливостей та специфіки реалізації через соціальні ЗМІ.

Метою цієї розвідки є розкриття можливостей соціальних ЗМІ як одного з інструментів впливу на протестну поведінку громадян. Досягнення зазначеної мети зумовило необхідність розв'язання таких дослідницьких задач: 1) уточнити основні поняття дослідження «соціальні ЗМІ» та «протестна поведінка»; 2) здійснити вторинний аналіз соціологічних даних, які демонструють протестні настрої населення; 3) розкрити можливості соціальних ЗМІ у передачі та трансляванні соціально значущих повідомлень; 4) формулювання висновків.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Дослідженню цієї проблематики присвячені роботи таких вітчизняних соціологів, як Є. Головаха [4],

М. Міщенко [6], Н. Паніна [4], Є. Суїменко тощо. Проте питання вивчення соціальних ЗМІ як одного з інструментів впливу на протестну поведінку громадян ще не набуло поширення як окремих предмет соціологічного аналізу.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасній літературі не існує єдиного визначення поняття «соціальні засоби масової інформації» (англ. social media). Через його поліваріантність, ми вважаємо, що «соціальні засоби масової інформації» є більш широким поняттям, ніж соціальні мережі та використовуються для опису нових форм комунікації виробників контенту з його споживачами, де визначальне значення має фактор пошуку компромісів контенту самими користувачами [3].

Стрімке залучення населення до всесвітньої павутини більшою мірою зумовлюється головною характеристикою Інтернету – інтерактивністю. Відтак, реципієнт інформації стає співучасником різноманітних суспільно-політичних процесів, які відбуваються в Інтернет-просторі. Найпоширенішою формою, що сприяє комунікативному процесу користувачів, стали соціальні мережі. Найбільше українських користувачів Інтернету зареєстровано у трьох соціальних мережах: Vkontakte, Odnoklassniki та Facebook (72 %, 63 % та 58 % відповідно) [7].

Численні спостереження за активністю «юзерів» свідчить, що їм важливо не так боротися за самореалізацію, як самовиражатися у спільноті, сформованій соціальною мережею. У рамках цієї розвідки ми вважаємо, що активне використання профілів на сайтах соціальних мереж забезпечує ефективний діалог між громадянами, у результаті якого формується мережевий соціальний капітал. Згідно з офіційною статистикою, українська аудиторія сервісу Facebook наразі становить 1,3 млн осіб. Це майже 2,9 % усього населення країни, або 12 % українських Інтернет-користувачів. Динаміка росту вражаюча, оскільки ще 3 місяці тому вітчизняних користувачів налічувалось 925 тис. чол. Тобто, зростання аудиторії за три місяці становить 42 %. У березні минулого року ця аудиторія не перевищувала 300 тис. осіб. Відтак, 45 % аудиторії становить молодь (18-24 роки). За ними йде вікова категорія від 25 до 34 роки – 33 %. Наразі, Україна займає 64 місце у загальному рейтингу росту аудиторії Інтернет сервісу [8].

Виходячи з того, що реалізація протестної поведінки громадян втілюється у життя за допомогою соціальних мереж, ми вважаємо необхідним дати визначення основних понять дослідження. У науковій літературі поняття «протест» має власні особливості інтерпретації. Так, у західній соціології під «соціальним протестом» розуміють «заперечення» соціальної дійсності, принципів суспільного устрою і неприйняття окремих сторін суспільно-політичного життя, незадоволення існуючими порядками й інститутами влади загалом, виступ проти окремих аспектів їх політики. У сучасному академічному середовищі до дефініції «протест» найбільш вживаними є два підходи. В основі

одного з них лежать цінності нормативного характеру. Відповідно до цього, «протест» визначається як форма «нетрадиційної» політичної поведінки. При цьому, критерієм розмежування традиційної і нетрадиційної поведінки є наявність чи відсутність законів, норм, що сприяють лобюванню інтересів різних соціальних груп [2].

Визначення рівня протестної активності пов'язані з такими дефініціями, як «протестна активність» і «протестний потенціал». Ці поняття дозволяють розрізнити міру невдоволеності громадян та міру їх готовності відповідно до участі у протестних акціях. Під «протестною активністю» розуміють реальне залучення громадян до різних форм протестної активності та його динаміку. Під «протестним потенціалом» слід розглядати наміри (або схильність) громадян брати участь в акціях протесту за певних умов [5].

У рамках цієї розвідки, виходячи з вищенаведеного, ми вважаємо необхідним розглянути явище протестного потенціалу. У соціологічній науці існує традиційна схема побудови протестної поведінки громадян: фіксація реакції громадян щодо соціально-політичної ситуації у країні (основними індикаторами виступають ставлення до реформ, органів влади, політичних лідерів, уявлення про можливість особистого впливу на політичні події та участі у масових акціях протесту) та вивчення фактів таких дій. Водночас, важливим елементом такого аналізу є оцінка експертів щодо ефективності та динаміки акцій протесту в майбутньому.

Для того, щоб здійснити аналіз протестного потенціалу населення варто відповісти на ряд запитань: 1. Які форми протестних дій викликають підтримку серед населення і якою є міра готовності особистої участі у них? 2. Чи вибудовується динаміка в показниках соціально-економічної ситуації в орієнтаціях на форми протестної активності? 3. Чи є наявними фактори соціоструктурного порядку, які детермінують підтримку протестної поведінки? 4. Що лежить в основі політичних цінностей і уявлень груп людей, які орієнтовані на радикальні форми політичного протесту?

На основі вторинного аналізу даних соціологічного моніторингу «Протестні настрої населення: останні тенденції» Інституту соціології НАН України ми маємо можливість перевірити практичну ефективність окреслених підходів.

Дослідження були проведені Фондом «Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва» разом із соціологічною службою Центру Разумкова з 17 по 22 травня 2013 року. Опитано 2010 респондентів віком від 18 років у всіх регіонах України. Теоретична похибка вибірки – 2,3 %. Опитування здійснено коштом програми *Matra Посольства Королівства Нідерландів в Україні та Європейського Союзу*.

Результати зазначеного опитування продемонстрували, що 25,5 % українців вважають, що найближчим часом у їхньому селі або місті

можуть відбутися масові протестні виступи в разі погіршення життя або заради захисту своїх прав і свобод (7,5 % у цьому впевнені і ще 18 % вважають це цілком імовірним). Водночас 39 % громадян відповіли, що це малоімовірно, а 26 % упевнені, що таких масових виступів найближчим часом не буде. Порівняно з жовтнем 2012 р.

протестні настрої в українському суспільстві зросли. Тих, хто впевнений, що масові виступи відбудуться, або вважає їх дуже ймовірними, стало більше сумарно майже на 9 %. Найбільше очікують масових виступів у Центральному регіоні (35 %) і значно менше – у Південному (17 %) та Східному (17 %) регіонах [6].

**Як Ви вважаєте, чи можливі найближчим часом у Вашому місті (селі) масові виступи протесту в разі погіршення життя чи на захист своїх прав? (ТІЛЬКИ ОДНА ВІДПОВІДЬ)**

1. Так, впевнений, що вони будуть	7,5 %
2. Імовірно, що так	18,1 %
3. Малоімовірно	39,1 %
4. Ні, їх не буде	25,6 %
5. ВАЖКО СКАЗАТИ	9,7 %

Серед тих, хто збирається особисто брати участь у протестних акціях, 25 % українців (9 % – «обов'язково» і ще 18 % – «скоріше за все»). Водночас 36 % населення не збираються брати участі в мітингах і демонстраціях, ще 25 %

скоріше за все не долучатимуться до таких акцій. Порівняно з жовтнем 2012 р. кількість людей, що готові виходити на вулиці, зросла на 5 % і значно зменшилася кількість тих, хто точно не збирається протестувати – з 51 % до 36 % [6].

**Якщо такі мітинги та демонстрації відбудуться, чи візьмете Ви в них участь? (ТІЛЬКИ ОДНА ВІДПОВІДЬ)**

1. Обов'язково	8,9 %
2. Скоріше за все, так	18,2 %
3. Скоріше за все, ні	24,7 %
4. Точно ні	35,9 %
5. ВАЖКО СКАЗАТИ	12,3 %

Відтак, найбільше налаштовані на участь у протестних акціях є виборці політичної сили «Свободи» (52 %), достатньо високі протестні настрої також серед виборців ВО «Батьківщина» (41 %), «УДАР» (35 %) і значно менше поширені серед виборців Комуністичної партії України (33 %) та Партії регіонів (11 %) [6].

Серед головних причин, що можуть спонукати людей особисто вийти на вулицю з проявом протесту, є погіршення їхнього особистого соціально-економічного становища. Згідно з результатами дослідження, це, зокрема, різке

зниження рівня життя (34,5 % населення), не виплата заробітної плати, пенсії, стипендії тощо (32 %), ухвалення владою рішень, які погіршуватимуть становище соціальної групи, до якої належить громадянин (24 %), різке підвищення цін (21 %), зростання безробіття (19 %). Водночас для 34 % населення не існує ніяких факторів, які можуть спонукати їх до виходу на вулицю з протестом. Найбільша частка тих, хто принципово відмовляється від вияву протесту, виборці Партії регіонів (51 %), найменша – виборці «Свободи» (11 %) [6].

**Що може спонукати особисто Вас вийти на вулицю з виявом протесту? (зазначте усі можливі причини)**

1. Різке зниження рівня життя	34,5 %
2. Якщо у країні зростатиме безробіття	18,8 %
3. Якщо влада прийме рішення, що погіршує становище соціальної групи, до якої я належу	23,8 %
4. У разі утисків демократії, наступу влади на права людей	13,1 %
5. Якщо закриють телеканал (газету, радіоканал), який мені подобається	2,1 %
6. Якщо не буде виплачуватися зарплата (пенсія, стипендія тощо)	31,7 %
7. Якщо підвищиться плата за комунальні послуги	17,4 %
8. Якщо влада переслідуватиме політиків, яких я підтримую	4,5 %
9. Якщо влада не призначить вибори там, де вони не відбулися чи сфальсифікує їх	5,0 %
10. Якщо Україна приєднається до митного союзу з Росією, Білоруссю та Казахстаном	4,5 %
11. Якщо Україна приєднається до НАТО	3,1 %
12. Якщо Україна приєднається до ЄС	1,1 %
13. Якщо треба буде підтримати дострокову відставку Президента Віктора Януковича	8,7 %
14. Якщо різко зростуть ціни	21,1 %
15. Якщо знеціниться гривня	7,6 %
16. Якщо російській мові буде надано статус державної	5,7 %
17. Якщо російській мові не буде надано статус державної	0,9 %
18. Інше	1,6 %
19. Ніщо не спонукає мене брати участь в акціях протесту	34,3 %
20. Важко сказати	8,7 %

У жовтні 2012 р. серед причин, що могли б спонукати людей до акцій протесту, були соціально-економічне незадоволення населення. Їхня значущість значно зросла у 2013 р. Якщо у жовтні 2012 р. готових вийти на вулиці через різке зниження рівня життя було 24 % людей, то у травні 2013 р. таких виявилось уже 34,5 %; через невиплату заробітних плат – 22 % порівняно з 32 %; через владні рішення, що погіршать становище конкретної соціальної групи – 10 % порівняно з 24 % відповідно [6].

Проте, незважаючи на зростання протестних настроїв серед українців, їхні наміри залишаються нереалізованими. Серед основних причин є: зневіра людей в те, що мітинги та демонстрації можуть змінити ситуацію (56 %); страх репресій із боку влади (33 %); недовіра до лідерів, які організують мітинги (32 %); разом із тим, 26,5 % населення вважають, що люди не реалізують висловлені протестні настрої, бо просто дуже ліниві й хочуть, аби за їхні інтереси боролися інші [6].

**Загалом люди часто висловлюють готовність вийти на мітинги і демонстрації протесту, проте насправді виходять значно менше. Як Ви думаєте, чому?  
(Ви можете обрати будь-яку кількість варіантів відповіді)**

1. Люди не вірять, що мітинги щось змінять	56,4 %
2. Люди не довіряють лідерам, які організують ці мітинги	31,8 %
3. Гасла мітингів далекі від реальних потреб та інтересів людей	20,6 %
4. Люди бояться репресій із боку влади	33,3 %
5. Насправді люди просто дуже ліниві і хочуть, щоб за їхні інтереси боровся хтось інший	26,5 %
6. Інше	1,6 %
7. Важко сказати	4,8 %

Серед тих, хто вважає, що самосуд є єдиним способом покарати злочинців – 15 % українців (найбільше – 22 % – серед виборців «Свободи»), ще 31 % вважає, що загалом самосуд неприпустимий, але в деяких випадках він може бути виправданим. Однак відносна більшість громадян (48 %) вважають суд Лінча неприпустимим в жодному разі. Проте, у цьому плані спостерігається

позитивна динаміка. У порівнянні з даними квітня 2012 р. противників самосуду стало більше на 10 %. Однією з причин, яка впливає на такі зрушення є те, що рівень недовіри громадян до правоохоронної і судової системи в Україні надзвичайно високий. Так, міліції зовсім або переважно не довіряють 70 % населення, судам – 72 %, прокуратурі – 63,5 % [6].

**Зараз можна почути заклики, що люди повинні самі брати правосуддя у свої руки, щоб злочинці не залишилися безкарними.  
Як Ви до цього ставитеся?**

1. Вважаю самосуд у будь-якому разі неприпустимим	48,1 %
2. Загалом самосуд неприпустимий, але у деяких випадках може бути виправданим	30,8 %
3. Вважаю, що у наших умовах самосуд – це єдиний спосіб покарати злочинців	14,8 %
4. Важко сказати	6,3 %

Нещодавні події (2012 та 2013 рр. у Миколаєві), пов'язані з такими іменами як Оксана Макар, Олександра Попова та Ірина Крашкова, набули розголосу саме завдяки групам активності в соціальних мережах. Учасники цих груп активно закликали небайдужих громадян до змін через допомогу жертвам насилля. Серед тих, хто задекларував можливість своєї участі в різних акціях протесту, переважали особи з середньою спеціальною та вищою освітою [6].

Так, на запит «Оксана Макар» у соціальній мережі «Vkontakte» висвічується 51 сторінка, у кожній із них не менше 500 користувачів, що підтримували дівчину та закликали до протестних змін у суспільстві. Теж саме демонструє запит «Врадиевка. Крашкова»: значна кількість об'єднань, які повідомляють про місця акцій протестів, та про те, що народ має вжити заходи для боротьби з беззаконням та свавіллям у країні.

Практика проведення акцій протесту населенням Миколаївщини свідчить, що використання соціальних ЗМІ стало ефективним засобом мобілізації

громадян. Проте, можна стверджувати про короткостроковий характер цих дій. Відтак, так само як швидко вони виникають, так само і зникають. Це можна пояснити декількома причинами. Серед цих причин є ті, які були зазначені у вищенаведеному матеріалі, а саме: зневіра населення в тому, що населення може змінити ситуацію, страх репресій із боку влади, недовіра до лідерів, які організують мітинги. Разом із тим, частина громадян розуміє, що акції протесту, які з самого початку були організовані «знизу», стають знаряддям політиків у маніпулюванні масовою свідомістю громадян та досягненні власних цілей.

Тому серед сучасного українського суспільства домінує підтримка ненасильницьких форм протесту: збір підписів, участь у мітингах та демонстраціях, домовленість у мережах. Однак, як зазначає Н. Паніна, не варто забувати, що перевагу таких форм протесту можна прогнозувати до того моменту, поки не відбудеться розчарування в їх ефективності [4].

**Висновки.** Отже, соціальні ЗМІ є новими за своїми технічним виконанням засобами соціально-політичних протестів. Останні є наслідком впливу широкого спектру політичних і соціально-економічних факторів. Виклики XXI ст. наділяють соціальні ЗМІ багатьма властивостями, які можуть мати як конструктивний, так і деструктивний характер. Мобілізація населення та передача інформації відбувається з «блискавичною» швидкістю. До деструктивної характеристики соціальних ЗМІ ми можемо віднести те, що суспільстві стрімко втрачає комунікативні навички. З цього приводу, слухною є думка відомого західного соціолога З. Баумана, який зазначав, що «люди забувають про різниці, що їх ділять, про окремі інтереси кожного, про свій взаємний конфлікт. Всі виходять на той сам майдан, всі вигукують ті самі гасла: карнавал

солідарності. А після нього, висловивши свій внутрішній неспокій, учасники повертаються додому, повертаються до тих самих проблем. Знову та ж підозріливість, знову та ж непевність, ті ж люди навколо, яким, властиво, немає підстав вірити» [1].

Зважаючи на соціально-психологічні орієнтації та позитивну динаміку протестних настроїв громадян України, такого роду акції в реальному житті є недовготривалими. Міжперсональні зв'язки громадян об'єднані спільною метою, які встановлюються між учасниками протестів швидко зникають після її досягнення. Однак практика їх використання довела свою ефективність. Тому не слід забувати, що соціальні ЗМІ сьогодні - це багатотисячна аудиторія, дії якої призводять до реалізації вимог громадськості.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бауман З. Окрасою життя є не відсутність проблем, а потреба їх долати [Електронний ресурс] / Зигмунт Бауман. – Режим доступу : <http://zbruc.eu/node/14345>. - Назва з екрана.
2. Ванштейн Г. Массовое сознание и социальный протест в условиях современного капитализма / Г. Ванштейн. – М., 1990.
3. Використання соціальних ЗМІ дітьми та підлітками [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://d-l.com.ua/articles/129.html>. - Назва з екрана.
4. Головаха Є. Готовність до соціального протесту: динаміка, регіональні особливості і чинники формування / Є. Головаха, Н. Паніна // Українське суспільство: десять років незалежності. – К., 2001.
5. Політичний енциклопедичний словник / [за ред. Ю. Шемшученка]. – К. : Генеза, 2004.
6. Протестні настрої населення : останні тенденції [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/ua/polls/2013-year/hihvihvihhihuhuhuhuh.htm>. - Назва з екрана.
7. Як розвивається український інтернет та еволюціонує аудиторія (статистика GFK) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://blogosphere.com.ua/2011/11/22/ukrainian-internet-and-social-networks/>. - Назва з екрана.
8. Facebook.UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://arip.com.ua/blog/facebookua>. - Назва з екрана.

**Рецензенти:** Лозко Г. С., д. філос. н., професор;  
Ляпіна Л. А., к. політ. н., доцент.

© Локтіонова Д. А., Радзіцька М. С., 2013

*Дата надходження статті до редколегії 15.11.2013 р.*

**ЛОКТІОНОВА Дінара Анатоліївна** – кандидат політичних наук, старший викладач кафедри соціології Чорноморського державного університету імені Петра Могили.

*Коло наукових інтересів:* якісні методи в соціології, електоральна соціологія.

**РАДЗІЦЬКА Марина Сергіївна** – студентка 4 курсу факультету соціології Чорноморського державного університету імені Петра Могили.

*Коло наукових інтересів:* електоральна соціологія.