

УДК 32.019.5

Ірха К. О.,
м. Сєверодонецьк

НОВІ КАТЕГОРІЇ ПОЛІТИЧНОЇ НАУКИ В УМОВАХ МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

Аналізуються інноваційні поняття, категорії, форми суспільної діяльності, які виникли у політичній науці в контексті розвитку медіа-простору та мережевого суспільства.

Ключові слова: мережеве суспільство, медіа-активізм, кліктивізм, кіберсвобода, онлайн-петиція, медіа-простор, соціальна мережа, інтернет-наблік.

Мережа як новий тип соціальних зв'язків стала інклюзивним явищем, адже пронизує і реальну, і віртуальну сторони життя суспільства. Мережевий аспект соціальних комунікацій, громадянської активності, політичної діяльності – це нові напрямки наукових досліджень і передумова появи нових категорій соціально-політичних наук.

Міждисциплінарна теорія соціальних мереж бере свій початок у роботах Л. Фрімана, Д. Ноука, П. Марсдена С. Вассермана, Б. Веллмана, С. Берковіца. У своїх роботах вони розробляють такі базові поняття як «соціальна та інформаційна мережа», «мережевий вузол», «мережева структура» і пропагують ідею про те, що мережі перетворилися в основну організаційну форму постіндустріального суспільства [2].

Поняття мережі у своїх дослідженнях використовують П. Бурдьє, Ж. Дельоз і Ф. Гваттарі. Так, Ж. Дельоз і Ф. Гваттарі розглядають поняття «ризом», яке у самому широкому сенсі є образом постмодерного світу, в якому відсутня централізація, впорядкованість і симетрія. У розробках П. Бурдьє термін «мережа» безпосередньо не використовується, але поняття «соціального поля», яким він оперує, пов'язано з визначенням мережі. Категорія «поля» у П. Бурдьє утворює єдиний інформаційний континуум, в якому інформація поширюється настільки вільно, що дозволяє передбачати ходи гравців і, відповідно, позиціонуватися гравцям всередині поля один щодо одного. Подія в одному місці поля миттєво змінює ситуацію у всіх інших його місцях [7, с. 70]. Тобто можна стверджувати, що мережа у П. Бурдьє – це поле інформаційних каналів.

М. Кастельс, який вперше вжив словосполучення «мережеве суспільство», називає сучасне глобальне суспільство – суспільством мережевих структур, підкреслюючи їх, з одного боку, всеосяжний, а з іншого – визначальний характер, коли «влада структури виявляється сильнішою за структуру влади», а сам факт приналежності до тієї чи іншої мережі стає найважливішим джерелом влади і змін в суспільстві [4]. Особливістю сучасного суспільства у трактуванні М. Кастельса є не стільки домінування інформації, скільки трансформація варіантів її використання, коли провідну роль в суспільстві набувають глобальні мережеві структури, що витісняють традиційні форми взаємовідносин. За М. Кастельсом, мережева структура є комплексом взаємопов'язаних вузлів. Конкретний зміст кожного вузла залежить від характеру тієї конкретної мережевої структури, про яку йде мова [4].

М. Маклюену вдалося закласти основи концепції передачі інформації через ЗМІ кожній людині, в результаті він визначив становлення «глобального села», яка представляє собою мережу взаємопов'язаних і взаємодіючих індивідів [6]. В узагальненому вигляді, поняття «мережа» визначається як особливий тип зв'язків між позиціями індивідів, об'єктів або подій, які відбираються в залежності від цілей побудови мережі [2, с. 20].

У сучасних умовах можна погодитися з Т. В. Володимировою, що мережеві комунікації складають нову соціальну морфологію спільнот і певною мірою є основою мережевого суспільства [1]. При цьому слід враховувати зауваження М. Кастельса, що нові інформаційні та комунікаційні технології, будучи абсолютно необхідним інструментом такої багатонаправленої трансформації, не є її причиною [3].

Якщо ж емпірично застосувати поняття «мережі» до комунікативної надбудови сучасного суспільства, то безперечно мова йтиме про мережу Інтернет, яка на середину 2013 року об'єднувала близько 35% населення планети Земля і більше 33% населення України, зокрема [12]. Більше 15 млн. жителів України є абонентами інтернет-мереж, 87% з яких мають власні сторінки у соціальних мережах, блогосфері або на інших медіа-платформах у мережі. Саме тому стало реальним переміщення політичної сфери у віртуальну площину та поява нових категорій політичної науки, які характеризують форми взаємодії політичного та соціального і ступінь політичної активності громадян у багатомільйонній мережі.

Важливим аспектом сучасної політики є розширений спектр можливостей участі громадян у здійсненні певного моніторингу та висловлення власної позиції з приводу політичних подій у державі та за її межами. На ґрунті розвитку таких можливостей і виник феномен **медіа-**

активізму (від англ. media – засоби, способи; від лат. activus – практичний, діяльний, дієвий). Це є форма громадянсько-політичної діяльності, що спрямована на досягнення суспільної реакції шляхом створення альтернативних джерел формування новин. Сучасна термінологія також використовує поняття «громадянська журналістика», «блогінг» та ін.

Медіа-активізм змінив роль громадськості в інформаційній надбудові держави, перетворивши аудиторію на співавторів новин. Передумовою виникнення даного феномену став розвиток споживчої електроніки, її еволюція та популяризація. Поширення девайсів, що мають вихід у мережу Інтернет, спонукало до появи «тактичних медіа», які й передбачають залучення активних громадян до формування медіа-простору. Зазвичай медіа-активізм характеризують, надаючи йому дещо негативного забарвлення. Так, автор терміну американський публіцист Д. Рашкофф називає акції медіа-активізму «медіа-вірусами», які за допомогою липкої оболонки – у вигляді яскравої упаковки – прикріплюються до свідомості і впорскують у неї «ідеологічний код» («меми»), тобто приховану інформацію, що визначає реакцію індивіда на презентовану реальність [11].

Форми вияву медіа-активізму можуть бути різними, але передусім зазначимо найбільш розповсюджені:

- ведення блогів;
- трансляція стрімів;
- створення онлайн-петицій;
- проведення відео- та аудіо-розслідувань тощо.

Медіа-активізм, хоча й є інноваційною формою громадянської активності, вже встиг дати початок новим суспільним рухам, таким як «кліктивізм» (висловлення власної думки одним кліком у мережі Інтернет), «твіттер-революція», «революція у соціальних мережах» тощо. Нерідко акція чи рух, що виникли у віртуальному середовищі, отримують й реально-просторовий вияв. Медіа-активізм доволі багатоаспектний, своїми проявами він охоплює усі сфери життя суспільства. Наприклад, однією з найгучніших перемог сервісу збору підписів під онлайн-петиціями було скасування запланованої щомісячної комісії у розмірі п'яти доларів США на користь Bank of America у 2011 р. В Україні медіа-активістів нерідко називають «диванними військами», їхня численність у соціальних мережах перевищує кількість у 10 млн. активних користувачів.

Торкнувшись проблем чисельної громадянської активності у мережі Інтернет, ми також маємо на увазі появу нового простору для реалізації політичних прагнень громадян. Без унормування такий простір перетвориться на хаос. Перші спроби регламентувати кіберпростір спричинили появу феномена **Кіберсвободи** (від грец. kybernao – керую,

управляю), тобто можливість демонстрації власної позиції та вільного вибору форм сприйняття та реакції у кіберпросторі. Це новітній феномен сучасності, який нерідко ототожнюють з кіберрівністю, цифровою свободою, інтернет-братством тощо. Концепт кіберсвободи є наслідком запровадження технологій пакетних комунікацій та створення децентралізованої мережі Інтернет.

Кіберсвобода, у свою чергу, призвела до появи нової галузі психологічних знань – психології «над-індивідуального стану», ядром якої є «індивід у мережі». Кіберсвобода персоналізована, анонімна, не прив'язана до фізичного скупчення людей та колективної ідентичності. Це свобода висловлення думок, свобода критики, свобода вибору, свобода ідентифікації та ін. Кіберсвобода – це певний макет вільного суспільства, яке не передбачає жорсткого державного адміністрування. Можна виокремити декілька вимірів кіберсвободи:

1. Індивідуальна, коли людина є персональним користувачем кіберпродукту (блогер, модератор власного акаунту, користувач пошукової системи тощо).

2. Мережева, коли індивід виступає у статусі учасника кіберспільноти (викладає власні думки в обговореннях, коментує веб-форуми, долучається до формування інтернет-пабліків тощо).

Якщо індивідуальну кіберсвободу регламентує зовнішнє законодавство (міжнародне право, закони держави, окремих регіонів та ін.), то мережева – обмежується правилами та нормами інтернет-спільнот (блокування, «чорні списки», бан), які встановлюють та контролюють модератори, адміністратори, провайдери, роботи сайтів.

В цілому, кіберсвобода – це різновид суспільної свободи, якої можна позбавити, яку можна обмежити та скоротити. Що й відбулося в 2008 р. у Сирії, коли державним контролюючим органам дозволили стежити за користувачами мережі Інтернет у інтернет-кафе. Один з постулатів кіберсвободи – «доступ до інформації має бути вільним» – був втілений міжнародною організацією WikiLeaks, яка займається відстеженням витоків таємної інформації з подальшим її оприлюдненням для загального доступу.

Найпоширенішим засобом розповсюдження інформації у мережі, побудови нових каналів комунікації та залучення аудиторії стало створення **інтернет-пабліків** (від англ. public – публічний, громадський, загальнодоступний). По суті, це онлайн-спільнота, що створюється переважно у соціальних мережах з метою просування ідеї, бренду, зовнішніх ресурсів тощо. Синонімами у формулюваннях часто є «відкрита спільнота» та «публічна сторінка».

Якщо раніше спільноти у мережі Інтернет частіше носили назву «група» і мали обмежений або ж взагалі закритий доступ, то з початком використання соціальних мереж у якості рекламного інструментарію формат інтернет-пабліків став переважати. Більшість з них є мікроблогами, що містять лаконічні записи (або цитати), візуалізацію, репости з інших онлайн-ресурсів. Аудиторією інтернет-пабліку є його підписники (або учасники). Вони можуть бути як дописувачами (активні учасники), так і користувачами викладеної інформації (пасивні учасники).

Головна мета інтернет-спільноти є залучення додаткової аудиторії для просування (рекламування) певного продукту. Наприклад, це може бути бренд (побутової техніки, медичних чи косметичних засобів тощо), громадсько-політична спільнота (партія, рух, організація), конкретний політичний діяч (як одноосібний адміністратор/модератор, так і «командний гравець»), засіб масової інформації та ін.

Найпопулярнішою платформою для створення інтернет-пабліків є соціальна мережа «Вконтакте», яка на початок 2015 р. об'єднала більше 22 млн. сторінок «українського походження». Майже всі творці таких сторінок є підписниками або ж творцями пабліків різного тематичного спрямування. Так, учасниками офіційної спільноти Вконтакте Президента України П. Порошенка є майже 300 тис. ос., трохи більше у соц. мережі Facebook. Але найчисельнішими все ж залишаються спільноти мистецької та розважальної тематики, кількість учасників яких часто перевищує 1 млн. осіб.

Ще одним новітнім проявом мережевого суспільства став **кліктивізм** (від англ. click – клацання, клік) – нова практика онлайн-активності, в основі якої лежить процес використання соціальних медіа та інших Інтернет-ресурсів для просування будь-яких процесів та підтримки певних ініціатив. Вперше згаданий у 2011 р. в Оксфордському словнику термін «кліктивізм» став у підсумку впливати на традиційні форми соціальної активності [13].

Існує дві протилежні точки зору щодо доцільності серйозного ставлення до феномену кліктивізму. Так, з одного боку, вважається, що людина, долучившись до певної тематичної спільноти (наприклад, екологічної, правозахисної, спортивної тощо), тим самим приєднується до ідеології цієї групи, наслідує її та просуває серед свого оточення. З іншого боку, скептики стверджують, що приєднання до інтернет-пабліку шляхом одного «кліка» – це лише механічний процес, який не тягне за собою жодних змін і не уособлює ідентифікацію людини з тим чи іншим рухом або ідеологією. У контексті другого бачення кліктивізму маємо справу з іншим медіа-феноменом – **слактивізмом** (від англ. slack – ледар, нероба),

тобто створенням ілюзії причетності, коли людина, поставивши «лайк», зробивши репост певного контенту або взявши участь в онлайн-флешмобі, вважає себе причетною до якогось суспільного процесу, глобального руху, громадської ініціативи. На практиці ж «лайки» та «ретвіти» часто не мають суспільної користі; натомість, виникає проблема, коли подібна громадянська активність у соціальних мережах для мільйонів замінила вчинки у реальному житті.

Дієвість же кліктивізму продемонстрував сайт Change.org, заснований у 2006 р. студентами Стенфордського університету для того, щоб довести значимість думки інтернет-мас у здійсненні реальної політики [14]. Сайт покликаний створювати онлайн-петиції або ж підтримувати одним «кліком» вже існуючі. Так, сайт Change.org допоміг трьом авторам онлайн-петиції – учням середньої школи – домогтися, щоб дебати кандидатів у Президенти США вела жінка-журналіст, чого не відбувалося з 1992 р.

Таким чином, ще одне поняття «онлайн-петиція» поповнило термінологію політичної науки. Від лат. *petitio* – вимога, запит – онлайн-петиція – це сформульовані індивідуальні або колективні вимоги, клопотання, скарги, пропозиції тощо, які розміщуються у медіа-просторі для підтримки/підписів онлайн-користувачами Інтернет-мережі. Використовуються також терміни «інтернет-петиція», «електронне клопотання» тощо. Підписання онлайн-петиції відбувається через заповнення форми на сайті, в якій вказуються ім'я та електронна адреса. У деяких випадках форма видає запит на більш повну інформацію про особу, що підписує петицію. Головна критика такої форми політичної участі полягає в анонімності користувачів, сумнівній контрольованості процесу створення петицій, актуальності та нагальності тем, що охоплюють електронні клопотання. Натомість, практика підписання онлайн-петицій є популярною у США, де на інтернет-сторінці Білого Дому за ініціативою Президента Б. Обама такий сервіс функціонує з вересня 2011 р. [15]. Після набрання 100 тис. голосів (0,03% населення) онлайн-петицію розглядає Адміністрація Президента США. У Німеччині та Великій Британії її розглядають Парламенти. У липні 2014 р. в Україні також була здійснена спроба легалізувати онлайн-петиції шляхом внесення на розгляд Верховної Ради України законопроекту «Про право громадян ініціювати розгляд нормативно-правових актів органами влади та місцевого самоврядування», та 27.11.2014 р. проект закону було відкликано [10].

Практика застосування онлайн-петицій досить широка. Наприклад, першою успішною її реалізацією стало клопотання шанувальників поп-співача М. Джексона, які у 2005 р. вимагали випуску DVD-релізу з першого концерту свого кумира. Онлайн-петиція була задоволена, а світ побачив 12

млн. офіційних дисків. Найпопулярнішими медіа-сервісами для створення та просування онлайн-петицій є Change.org, Avaaz.org, Onlinepetition.in.ua та ін. [8, 9, 14]. На сьогодні у медіа-сфері України курсують близько 1500 онлайн-петицій, половина з них стосуються політичного життя і реалізуються через звернення до офіційних осіб держав.

Мережа як новий тип соціальної та суспільно-політичної взаємодії стала невід'ємною частиною сучасного життя, його інтернет-втіленням. Визначені у статті феномени та категорії – це реальність, яка почалася з практики, а потім трансформувалася у наукову площину. З одного боку, мережа Інтернет – це сукупність хаотичних дій та паралельна дійсність, яку важко контролювати за допомогою інституціональних засобів; з іншого, – це реальні громадяни-користувачі, для яких створені комфортні умови для реалізації політичної волі та політичної участі. Таким чином, нові категорії політичної науки в умовах мережевого суспільства стали втіленням нових форм соціалізації громадян та їхньої політичної активності.

Література

1. Владимирова Т. В. Сетевые коммуникации как источник информационных угроз / Т. В. Владимирова // Социс. — 2011. — № 5. — С. 123—129.
2. Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии : Учебное пособие / Г. В. Градосельская. — М. : Издательский дом «Новый учебник», 2004. — 248 с.
3. Кастельс М. Россия и сетевое общество / М. Кастельс, Э. Киселева // Мир России. — 2000. — № 1. — С. 23—51.
4. Кастельс М. Становление общества сетевых структур [Электронный ресурс] / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на западе / [под ред. В. Иноземцева]. — Режим доступа : <http://iir-mp.narod.ru/books/inomezcev/index.html>.
5. Кожаринова А. Р. Медиавирусы как носители идеологических кодов [Электронный ресурс] / А. Р. Кожаринова // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». — 2013. — № 5. — Режим доступа : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Kozharinova_Media-Viruses/
6. Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга : Сотворение человека печатной культуры / Г. М. Маклюэн. — К. : Ника-Центр, 2004 — 432 с.
7. Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление / А. В. Назарчук // Вопросы философии — 2008. — № 7. — С. 61—75.
8. Общественные петиции Авааз : Официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.avaaz.org/ru/petition/>
9. Платформа для петицій УаНету : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://onlinepetition.in.ua/>
10. Проект Закону України «Про право громадян ініціювати розгляд нормативно-правових актів органами влади та місцевого самоврядування» № 4346а від

- 22.07.2014 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=51775
11. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / [пер. с англ. Д. Борисова] / Дэвид Рашкофф. — М. : Ультра.Культура, 2003. — 368 с.
 12. Список стран по числу пользователей Интернета : июнь 2013 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
 13. Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.oed.com/>
 14. The world's platform for change : Official website [the Electronic resource]. — Access mode : <https://www.change.org/>
 15. Website of online petition White House : Official website [the Electronic resource]. — Access mode : <https://petitions.whitehouse.gov/>

Анализируются инновационные понятия, категории, формы общественной деятельности, которые возникли в политической науке в контексте развития медиа-пространства и сетевого общества.

Ключевые слова: сетевое общество, медиа-активизм, кликтивизм, киберсвобода, онлайн-петиция, медиа-пространство, социальная сеть, интернет-наблюдение.

Innovative concepts, categories, forms of social activity that emerged in political science in the context of media space and the network society are analyzed.

Keywords: network society, media activism, clicktivism, Cyber Freedom, online petition, media space, a social network, public of Internet.

Ірха Катерина Олександрівна — старший викладач кафедри політології та міжнародних відносин Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, кандидат політичних наук.

Рецензент: проф. Новакова О. В.