

2. Грачев М.Н. Демократия: методология исследования, анализ перспектив : [моногр.] / М.Н. Грачев, А.С. Мадатов. — М. : Изд-во «АЛКИГАММА», 2004. — 128 с.
3. Дем'янчук О.П. Політологічні аспекти державної політики і державного управління [Текст] : автореф. дис... д-ра політ. наук: 23.00.02 / О.П. Дем'янчук НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса. — К., 2009. — 32 с.
4. Институциональная экономика: Новая институциональная экономическая теория / [под ред. А.А. Аузана]. — М. : Инфра-М, 2011. — 446 с.
5. Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории / Ю. Хабермас ; [пер. с нем. Ю.С. Медведева, под ред. Д.В. Скляднева]. — СПб. : Наука, 2001. — 417 с.
6. Черемных Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень / Ю.Н. Черемных. — М. : ИНФРА-М, 2008. — 844 с.
7. Эйзенштадт Ш. Парадокс демократических режимов: хрупкость и изменчивость (I) / Ш. Эйзенштадт // Полис. — 2002. — № 2. — С. 67—81.
8. Эйзенштадт Ш. Парадокс демократических режимов: хрупкость и изменчивость (II) / Ш. Эйзенштадт // Полис. — 2002. — № 3. — С. 81—95.
9. Held D. Models of Democracy / D. Held. — L. : Routledge, 1987. — 234 p.

УДК 316.772:323.2(477)

В.В. Воротинський

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ПРОТИСТОЯНЬ 2013–2014 РОКІВ

Стаття акцентує увагу на аналізі особливостей функціонування соціальних мереж у якості дієвого інструменту політичної маніпуляції в Україні в контексті протистоянь 2013–2014 років. Обґрунтовуються причини трансформації соціальних мереж в актуальну модель політичного маніпулювання в інформаційному полі сучасного українського суспільства. Розглядаються сучасні техніки політичного маніпулювання в контексті використання соціальних мереж та сукупність показників, які спроможні визначити рівень ефективності їхнього застосування.

Ключові слова: політичне маніпулювання, техніки маніпулювання, соціальні мережі.

Статья акцентирует внимание на анализе особенностей функционирования социальных сетей в качестве действенного инструмента политической манипуляции в Украине в контексте противостояний 2013–2014 годов. Обосновываются причины трансформации социальных сетей в актуальную модель политического манипулирования в информационном поле современного украинского общества. Рассматриваются современные техники политического манипулирования в контексте использования

социальных сетей и совокупность показателей, которые способны определить уровень эффективности их применения.

Ключевые слова: *политическое манипулирование, техники манипулирования, социальные сети.*

The article focuses attention on the analysis of features of functioning of social networks as the effective tool of political manipulation in Ukraine in a context of oppositions 2013–2014. The reasons of transformation of social networks in actual model of a political manipulation in an information field of a modern Ukrainian society are proved. Modern technicians of a political manipulation in a context of use of social networks and set of indicators which are capable to specify level of efficiency of their application are considered.

Key words: *political manipulation, technicians of a manipulation, social networks.*

Постановка проблеми. Події в Україні, які беруть свій початок у кінці 2013 року і пов'язані з протестом на Майдані Незалежності у м. Київ, поклали початок низці доленосних для країни подій. Кардинально змінилася і ступінь залучення простих громадян до інформаційного поля – від стороннього сприйняття новин у традиційному форматі до інформаційної залежності, вираженої в постійному пошуку нових повідомлень, фактів і коментарів.

Соціальний граф, закладений в основу соціальних мереж, що дозволяє користувачам не тільки сприймати інформацію, а й виступати в різних ролях (користувач, незалежний журналіст, експерт, свідок, коментатор), сформував абсолютно нову модель інформаційного поля, яка внесла корективи в процес політичного маніпулювання в сучасній Україні. Враховуючи, що зміна традиційних моделей у зв'язку з напруженою ситуацією в країні триває, кількість наукових досліджень в даному полі мізерно мало. При цьому нові моделі активно використовуються в сучасному політичному процесі і мають тенденцію до вираженого домінування, тому вимагають негайного наукового осмислення та класифікації.

Аналіз актуальних досліджень. Так, як зазначені вище процеси відбуваються сьогодні, і для наукового осмислення ще потребують часу, при написанні статті використовувалися знання з політичного маніпулювання (праці Г.В. Грачова, Е.Л. Доценко, С.Г. Кара-Мурзи, А.І. Соловйова, А.М. Цуладзе, В.П. Шейнова та ін.), а також праці про роль Інтернету в політичному маніпулюванні (Д.В. Акаєва, І.В. Андреева, І.В. Василенка,

А.Є. Войкунського, Г.В. Грачова, Ю.М. Кузнєцова, І.К. Мельник, Е.А. Путилова, М.В. Реуцького, О.Г. Філатова, Т.В. Філіппова, Н.В. Чудова; В.Ю. Шалака, А.Н. Шеремет). У ході дослідження були проаналізовані моменти, що дозволяють визначити місце соціальних мереж в контексті інформаційного протиборства. У зв'язку з цим окремо варто виділити публікації С.Н. Бухаріна, В.Б. Вепрінцева, Н.Л. Волковського, Л.В. Воронцової, А.Г. Гараяна, Д. Конеррі, П. Лайнбарджера, Г. Ласвелла, В.А. Лисичкина, А.В. Манойло, Д. Най, І.М. Панаріна, Л.Г. Панаріної, А.І. Петренко, Г.Г. Почепцова, С.П. Расторгуєва, К. Стюарта, Т. Томаса, О. Тоффлера, В.В. Циганова, В. Швартау, Р. Шафранського.

Мета статті – дослідити особливості функціонування соціальних мереж у якості дієвого інструменту політичної маніпуляції в Україні в контексті протистоянь 2013–2014 років.

Виклад основного матеріалу. Політичне маніпулювання в інформаційному полі природним чином пов'язано як з актуальною для даного соціуму і території структурою поля, так і з домінуючими в даний час поведінковими моделями реципієнтів. Ефективні маніпулятивні комунікації можливі тільки при використанні актуальних методів – тільки так вони можуть бути сприйняті більшістю аудиторії, а отже, здатні сформувати стійкий тренд.

В інформаційному полі України початок переходу від традиційних медіа до нових форматів почався ще до визначених у статті часових меж, але є невід'ємною частиною загального процесу, необхідною для розуміння тенденцій, які спостерігаються в даний момент.

У зв'язку з розвитком технологій, реципієнт став менш залежним від традиційних носіїв/трансляторів інформації – телевізора, радіо-точки, центрів дистрибуції друкованої продукції. Мобільні телефони, планшети, ноутбуки з постійним доступом до мережі Інтернет, що не тільки стали доступним засобом комунікації, але і відкрили доступ для традиційних ЗМІ до нових, електронних формах надання інформації. Для того, щоб доставити

реципієнту повідомлення, більше не потрібно було структурувати інформаційний потік щодо часу доставки повідомлення (випуски новин, сітка передач, час придбання/отримання друкованого видання). Досить було створити новий канал, який відповідає технологічним вимогам і новим очікуванням аудиторії, через який в будь-який час можна було передати повідомлення. Таким чином, розвиток технологій поклав початок реструктуризації інформаційного потоку, в процесі якої сформувалися нові очікування аудиторії: новини повинні бути свіжими і доставлятися в режимі реального часу – характерна риса для нового соціального запиту. У конкурентній боротьбі серед ЗМІ провідну роль стали займати актуальність новин і швидкість їх доставки до аудиторії.

У зміні традиційної парадигми важливу роль відіграли соціальні мережі, а саме найбільш популярні з них: Facebook, ВКонтакте, Однокласники, Twitter.

Кожна з соціальних мереж, незважаючи на всі відмінності соціального графу, покладеного в основу сайту, має загальний об'єднуючий фактор: дозволяє користувачам в комфортному для себе середовищі стежити за новинами, думками і зміною інтересів свого оточення. Формуючи стрічку новин за інтересами, соціальні мережі відкрили для ЗМІ новий канал доставки інформації. Засоби масової інформації повсюдно почали створювати свої акаунти в соціальних мережах з метою безперервної трансляції повідомлень користувачам – після публікації інформаційного повідомлення, воно миттєво потрапляє в персональні стрічки новин користувачів, що підписалися на оновлення, стає частиною їхнього особистого світу. Таким чином, новини влітаються в особистий контекст користувача разом із повідомленнями від близьких, друзів, знайомих, а також сторінок, що транслюють інформацію, цікаву користувачеві за низкою критеріїв. Користувач в пошуках актуального контенту почав використовувати соціальні мережі як центральний інформаційний

майданчик, агрегатор новин, який постачає контент з різних джерел за часом його надходження [3].

Події листопада 2013 р. поклали початок низці нових доленосних подій в країні і одночасно з цим розкрили новий потенціал соціальних мереж з функціями самостійного засобу масової інформації. Щоб взяти активну участь у процесі, користувачі почали використовувати не тільки ролі слухачів, а й активних діячів, інформаційних центрів, що створюють контент і поширюють його як через особисті сторінки своїм друзям / передплатникам / послідовникам, так і публікуючи на сторінках спільнот, які об'єднують людей зі схожими інтересами або підтримують певну ідею.

Безперешкодно кожен користувач може застосовувати одну з ролей: користувача; незалежного журналіста; експерта; свідка; коментатора.

Соціальні мережі змінили свою роль і стали соціальними медіа, тобто трансформувалися в актуальну модель в інформаційному полі сучасної України. Цей процес трансформації можна пояснити такими основними причинами:

- *Заангажованість ЗМІ.* Офіційні ЗМІ (як традиційні, так і нові медіа) сприймаються аудиторією як заангажовані транслятори одностороннього бачення ситуації і не можуть бути цікаві як єдино правильна і непохитна точка зору. У пошуках достовірної інформації користувач звертає увагу на одне і те ж повідомлення, що транслюється як безліччю джерел, так і свідками цієї події. Таке об'єднання інформаційних потоків – персоналізованих та офіційних – стає можливим завдяки соціальним мережам і створює видимість плюралізму думок, особливо актуальному в чіткому поділі користувачів на політичні табори, громадянські сили, суспільні рухи.

- *Оперативність.* Швидкість зміни ситуації формує необхідність в максимально оперативному отриманні інформації. Для ЗМІ (як традиційних, так і нових) існують певні встановлені правила для створення та розповсюдження інформаційних повідомлень. Тому в разі активної зміни

ситуації, цікавої користувачеві, оперативність виходить на перший план, залишаючи позаду якість і достовірність матеріалу. Користувачі соціальних мереж транслюють з місць подій поточну ситуацію, відставляючи ЗМІ функцію підведення підсумків, відповідно користувачі починають сприймати соціальні мережі як окремий інформаційний носій і в пошуках оперативної інформації.

- *Можливість «безцензурного» транслювання інформації як окремими користувачами, так і представниками громадських об'єднань, політичних сил, течій.* І хоч зміст публікацій і обмежено чинним законодавством України, соціальні мережі мають велике значення для поширення контенту, що виходить за його рамки, для створення необхідного соціального фону навколо подій, що відбуваються.

- *Вартість послуги.* Використання соціальних мереж для користувача є абсолютно безкоштовним, що автоматично означає і безкоштовний доступ до інформації, що цікавить, не вимагає підписок, регулярних або епізодичних спеціальних платежів. Таким чином, доступ до мережі є вільним від соціально-демографічних рамок, що в свою чергу дозволяє формувати багатокористувацьке всебічне висвітлення актуальних подій.

- *Інформаційна залежність користувачів.* Ситуація в Україні як часу Майдану, так і протистоянь у східних областях України, характеризується високою інформаційною інтенсивністю. Будучи емоційно залученими до контексту подій, що відбуваються, і маючи доступний канал дистрибуції актуальних новин, користувачі стають заручниками ситуації і починають відчувати інформаційну залежність, яка характеризується постійним пошуком свіжої інформації, фактів, свідчень [1].

Про значущу роль соціальних мереж в актуальному інформаційному полі свідчать також і такі факти:

створення та активне використання засобами масової інформації (як традиційними, так і новими) акаунтів в соціальних мережах з метою донесення інформації широкої громадськості;

використання політиками першої величини особистих акаунтів в соціальних мережах в якості офіційного прес-центру;

створення особистих офіційних сторінок, тематичних об'єднань, політичними силами, громадськими організаціями;

створення інформаційних сторінок з функцією ЗМІ виключно в соціальних мережах без використання інших точок доступу (сайт, друковане видання, ефір тощо);

створення нового типу лідера з активною ідентифікованою громадянською позицією, громадською діяльністю, яка знаходить своє відображення і в активності лідера в соціальних мережах [2].

При цьому також спостерігається зміна у вимогах з боку користувачів до якості оперативного контенту, що поставляється за допомогою соціальної мережі. Приватна особа/транслятор не є журналістом, а його персональна сторінка в соціальній мережі не є засобом масової інформації в традиційному сенсі. Тому до контенту користувачів не можуть бути застосовані вимоги, пропоновані до професійних ЗМІ – об'єктивність, достовірність, беземоційність.

Комплекс перерахованих вище факторів перетворюють соціальні мережі в активний інструмент політичного маніпулювання і відкривають нові можливості політичним силам в досягненні поставлених цілей. Тим більше, що соціальні мережі дозволяють не тільки впливати на кожного конкретного користувача з урахуванням його місця проживання, інтересів, віку, політичних уподобань та інших характеристик, а й використовувати його зв'язки в соціальній мережі, а самого користувача в якості транслятора необхідної інформації або стимулу до «реальної» чи «віртуальної» реакції.

У цьому сенсі найбільш актуальним бачиться розподіл користувачів на об'єднувачів і трансляторів, що знайшов відображення в роботі Альберта-

Ласло Барабаш «Керованість складних мереж» [4]. На думку автора, всі користувачі соціальних мереж діляться на дві категорії: об'єднувачі / драйвери і транслятори. До першої групи належать лідери громадської думки, які об'єднують навколо себе користувачів, час від часу транслюючи інформацію, близьку друзям / послідовникам. У другу групу входять користувачі зі значно меншою кількістю соціальних зв'язків, тому є трансляторами повідомлень, що публікуються або лідерами думок, або інформаційними майданчиками, яким вони довіряють.

Сучасні маніпулятивні техніки з використанням соціальних мереж застосовують принцип поділу користувачів для впливу на цільові групи, зберігаючи при цьому класичні прийоми:

наклейка ярликів («терорист», «укроп», «ватник»);

рекомендація – використання для посилення ефекту і популярності позиції політичної сили точки зору відомих діячів мистецтва / культури (Андрій Макаревич, Юрій Шевчук, Іван Охлобистін);

перенесення – ідентифікація якостей персоналій з властивостями відомих особистостей / явищ, оцінка за асоціацією (кіборги);

один з нас – ідентифікація інтересів маніпулятора з інтересами аудиторії (ми стоїмо за свою землю);

фальсифікація фактів за допомогою прийомів, непомітних для мас (трагування терактів у східних областях України в інтересах обох сторін протистояння);

очорнення супротивника (трагування терактів у східних областях України в інтересах обох сторін протистояння);

експертна оцінка (нашу точку зору підтверджують визнані експерти, сторонні спостерігачі) і т.ін.

У процесі переходу від стадії «війна ідеалів», характерної для подій, що відбуваються в період з листопада 2013 по лютий 2014, до стадії «війна фактів», характерної для грудня 2014 року, найбільш поширеними техніками маніпулювання суспільною свідомістю стали:

«Я це бачив» (очевидець створює фото- та відеоматеріал, розміщує його на відеохостингу (відео) або зберігає його у соціальній мережі; поширює через власну сторінку та / або через сторінку драйвера, та / або сторінки співтовариств);

«Я це бачив, і це мене дуже вразило» (очевидець створює фото- та відеоматеріал, розміщує його на відеохостингу (відео) або зберігає його в самій соціальній мережі; поширює через власну сторінку та / або через сторінку драйвера, та / або сторінки співтовариств. Головна відмінність від попередньої техніки – емоційне коментування очевидця, що діє на аудиторію завдяки своїй «безапеляційності»);

«Я це бачив, роби висновки сам» (користувач створює контент, в якому фіксує факти, проаналізувавши які, інший користувач може зробити власні висновки; поширює через власну сторінку та / або через сторінку драйвера, та / або сторінки співтовариств);

«Я так вважаю, і це моя чітка громадянська позиція» (користувач висловлює свою точку зору як на власній сторінці, так і в якості коментаря на сторінці спільноти, залучаючи інших користувачів до діалогу);

«Я цього не бачив, але підтримую» (поширення інформації на власній сторінці із закликом поширювати далі);

«Я цього не бачив, але я впевнений, що так і було» (ілюстрування карти дій, поширення на власній сторінці та / або на сторінках спільнот; можливий заклик до поширення; імітація об'єктивної журналістики);

«Це моя особиста справа» (ілюстрування подій, що відбуваються на основі особистого досвіду – сім'я, друзі, найближче оточення; поширення на власній сторінці та / або на сторінках спільнот. Заклик до поширення як правило звучить від інших користувачів, що співчують історії).

Рівень ефективності застосування цих технік маніпулювання суспільною свідомістю можна визначити за допомогою певної сукупності показників. Такими показниками є:

- кількість передруків матеріалу з офіційного джерела / сайту за межами соціальної мережі користувачами соціальної мережі на своїх персональних сторінках, а також на сторінках спільнот;
- кількість відміток «мені подобається» під матеріалом, розміщеним на офіційній сторінці засобу масової інформації чи іншого генератора новин;
- кількість відміток «мені подобається» під публікаціями на персональних сторінках користувачів, які поділилися новиною, розміщеною на офіційній сторінці засобу масової інформації чи іншого генератора новин;
- кількість коментарів під публікацією як офіційного каналу, так і на сторінках користувачів, що передрукували повідомлення на своїх персональних сторінках;
- кількість користувачів соціальних мереж, що перейшли від віртуальних дій (активності в соціальній мережі, коментування, поширення, сприйняття) до реальних (участь у мітингах, зборах, диверсіях, акції протесту, збору коштів, благодійної допомоги тощо).

Висновки і перспективи подальших досліджень. В умовах кризи, політичної та соціальної нестабільності в Україні до існуючої ситуації пристосовуються і техніки політичного маніпулювання, вводячи в свою орбіту соціальні мережі як один зі своїх основних інструментів. Спостерігаючи динаміку процесу, можна стверджувати, що описані в статті підходи будуть еволюціонувати і надалі, і це заслуговує окремої уваги науковців. До того ж, нові формули впливу на аудиторію, які пройшли перевірку в період гострої уваги користувачів до інформаційного поля, будуть перенесені і в іншій континуум, впливаючи на населення навіть в процесі «мирних» політичних маніпуляцій. Очевидно, що остання ситуація вимагає більш уважного ставлення до поточного процесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Войскунский А.Е. Актуальные проблемы зависимости от интернета [Електронний ресурс] / А.Е. Войскунский // Пси-фактор. — Режим доступу : <http://psyfactor.org/lib/addict.htm>

2. Гапич А.Э., Лушников Д.А. Технологии «цветных революций» / А.Э. Гапич, Д.А. Лушников. — М. : РИОР, 2010. — 132 с.
3. Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В. Психология жителей Интернета / Ю.М. Кузнецова, Н.В. Чудова. — М. : Букинист, 2008. — 224 с.
4. Barabási A.-L. Controllability of Complex Networks [Електронний ресурс] / Albert-László Barabási, Yang-Yu. — Режим доступу : http://www.barabasilab.com/pubs/CCNR-ALB_Publications/201105-12_Nature-TamingComplexity/201105-12_Nature-TamingComplexity.pdf

УДК 316.77:32

Ю.А. Данько

ВИЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ У ПОЛІТОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглядається сутність поняття комунікації як необхідного елементу взаємодії, що відіграє важливу роль у суспільстві. Зазначається, що комунікація займає важливе місце серед соціальних процесів як елемент взаємодії індивідів. Розглянуто різноманітні визначення та підходи до розуміння терміну комунікації у закордонному та вітчизняному науковому дискурсі.

Ключові слова: комунікація, інформація, повідомлення, соціальна система, комунікаційний процес, комунікативна дія, модель комунікації, соціальна мережа.

В статье рассматривается сущность понятия коммуникации как необходимого элемента взаимодействия, который играет важную роль в обществе. Отмечается, что коммуникация занимает важное место среди социальных процессов как элемент взаимодействия индивидов. Рассмотрены различные определения и подходы к пониманию термина коммуникации в зарубежном и отечественном научном дискурсе.

Ключевые слова: коммуникация, информация, сообщения, социальная система, коммуникационный процесс, коммуникативная действие, модель коммуникации, социальная сеть.

The article considers the essence of the concept of communication as a necessary element of the interaction, which plays an important role in society. It is noted that communication plays an important role among social processes as part of the interaction of individuals. The various definitions and approaches to understanding the term communication in foreign and domestic scientific discourse.

Key words: communication, information, communication, social system, the communication process, communicative action, communication model, the social network.

Постановка проблеми. У сучасних умовах інформаційного суспільства досить активно зростає увага до такого феномена, як комунікація. Комунікацію можна вважати необхідною і загальною умовою життєдіяльності людини і однією з фундаментальних основ існування