

2. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. — М. : Изд. МГУ, 1990. — 288 с.
3. Цуладзе А.М. Политическое манипулирование / А.М. Цуладзе. — М. : РИП-Холдинг, 2000. — 199с.
4. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдин ; [пер. с англ. Е.Волкова и др.]. — СПб. : Питер, 2001. — 286 с.
5. Чукреев П.А. Реклама и социализация молодежи: теория и практика социологического исследования / П.А. Чукреев, А.В. Тогошиева. — Улан-Удэ : Изд-во БГСХА им. В.Р. Филиппова, 2011. — 120 с.
6. 2014 Study Impact of Social Media on News: More Crowd-Checking, Less Fact-Checking [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ing.com/Newsroom/All-news/NW/2014-Study-impact-of-Social-Media-on-News-more-crowdchecking-less-factchecking.htm>.
7. 73% of U.S. Adults Use Social Networks, Pinterest Passes Twitter In Popularity, Facebook Stays On Top [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://techcrunch.com/2013/12/30/pew-social-networking/>.
8. GWI Social Q4 2014: the Latest Social Networking Trends [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.globalwebindex.net/blog/gwi-social-q4-2014-the-latest-social-networking-trends>.
9. Instagram Is The Fastest-Growing Social Site Globally, Mobile Devices Rule Over PCs For Access. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://techcrunch.com/2014/01/21/instagram-is-the-fastest-growing-social-site-globally-mobile-devices-rule-over-pcs-for-social-access/>.

УДК 32:316.77

Ю.А. Данько

## СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У ПРОТЕСТНИХ АКЦІЯХ: ФУНКЦІОНАЛЬНІ РЕАЛІЇ ТА ПОТЕНЦІАЛ

*У статті розглядається використання Інтернету та соціальних мереж як майданчику для політичної мобілізації суспільства. Зокрема зазначається про політизацію аудиторії соціальних мереж, включення Інтернет технологій у організацію та проведення протестних кампаній. Інтернет стає середовищем формування протестних настроїв і інструментом управління. Наводяться приклади антиурядових виступів з використанням соціальних мереж у різних країнах.*

**Ключові слова:** Інтернет, соціальні мережі, соціальні медіа, політичний протест, симулякри, протестні кампанії, революція.

*В статье рассматривается использование Интернета и социальных сетей как площадки для политической мобилизации общества. В частности говорится о политизации аудитории социальных сетей, включение Интернет технологий в организацию и проведение протестных кампаний. Интернет становится средой*

*формирования протестных настроений и инструментом управления. Приводятся примеры антиправительственных выступлений с использованием социальных сетей в разных странах.*

**Ключевые слова:** Интернет, социальные сети, социальные медиа, политический протест, симулякры, протестные кампании, революция.

*The article discusses the use of the Internet and social networks as a platform for political mobilization. In particular says of the politicization of the audience of social networks, inclusion Internet technologies in organizing and conducting protest campaigns. The Internet is becoming an environment of dissent and management tool. Are examples of anti-government protests by using social networks in different countries.*

**Keywords:** Internet, social networking, social media, political protest, simulacra, protest campaigns revolution.

**Постановка проблеми.** На початку 1990-х років з часів швидкого поширення інформаційних технологій кількість користувачів мережі Інтернет досить суттєво збільшилася – з декількох мільйонів до декількох мільярдів. Інтернет стає не тільки засобом розваги, спілкування і пошуку інформації, але й політичним інструментом. Він все частіше використовується не тільки як інформаційний майданчик, а як координатор тих чи інших масових дій. З розвитком телекомунікацій, суспільство отримало доступ до величезного масиву інформації, до можливості висловлювати свої думку і робити колективні дії. За той же період соціальні медіа стали невід’ємною частиною громадянського суспільства по всьому світу. Соціальні мережі стають центром обміну думками, актуальною або фундаментальною інформацією [1, с. 4].

Створювані мережеві спільноти становлять певний інтерес для дослідницького співтовариства, а, на думку деяких авторів, є пріоритетним об’єктом вивчення в комунікаційному просторі нових соціальних медіа [12, с. 113].

**Аналіз актуальних досліджень.** Вплив соціальних мереж на суспільно-політичні процеси стає предметом вивчення різних наукових дисциплінах, серед яких і політологія та соціологія. Вивчення мережевих структур не тільки у реальному середовищі, а й у віртуальному просторі активно привертало увагу вчених. Мережева структура стала центральним поняттям в роботі М. Кастельса. Проблема розвитку нових інформаційних

ресурсів та їх ролі у організації колективних дій займається Г. Рейнгольд. С. В. Докука і І. В. Ксенофонтowa підкреслюють високу роль соціальних медіа у політичних протестних акціях. М. М. Юрченко, А. В. Соколов, А. А. Фролов вивчають використання соціальних мереж у організації протестних акцій та масових заворушеннях. Питаннями організації масових заворушень також займається М. М. Тараненко.

**Мета статті:** розглянути роль соціальних мереж, яку вони відіграють у проведенні сучасних протестних кампаній, та перспективи їхнього подальшого використання.

**Виклад основного матеріалу.** Протягом останніх років однією з домінуючих тем в західній та вітчизняній науці виступає вивчення нових інформаційних і комунікаційних технологій. Дослідники підкреслюють, що вони «крім виконання функцій підтримки спілкування, обміну думками та отримання інформації, стають об'єктами і засобами інформаційного управління, ареною інформаційного протистояння».

Сьогодні спостерігається зміна характеру комунікації та тотальне проникнення соціальних мереж в життя суспільства, які поступово виявляються у найрізноманітніших буденних соціальних структурах і відносинах, які вони трансформують [12, с. 113].

Як переконливо свідчить практика організації сучасних масових заворушень, одним з найбільш ефективних засобів залучення до них великої кількості активних учасників, передусім молоді, стали соціальні мережі в Інтернеті [11, с. 164].

Мережі – це канали розповсюдження інформації. У них постійно циркулює різного роду інформація. З часом в мережах, особливо в ході дискусій, які там відбуваються, формуються спільні погляди і загальне уявлення. Головне це те, що мережі здатні до швидкої мобілізації. Час від часу вони мобілізуються для проведення загальних кампаній під загальними гаслами [5, с. 67].

Слід зазначити, що дослідження мережевих структур як у віртуальному, так і у реальному просторі активно проводились соціологами вже наприкінці ХХ - початку ХХІ століть. Мануель Кастельс в ході становлення сучасних засобів комунікації виділив «мережеві» структури як атрибут глобалізованого суспільства. Поняття «мережева структура», а також «мережева культура» стають центральними в теорії Кастельса. Він зазначає, що «Мережі являють собою відкриті структури, які можуть необмежено розширюватися шляхом включення нових вузлів, якщо ті здатні до комунікації». За допомогою мереж, які використовуються як засоби комунікації, інформація – основний ресурс сучасного суспільства, може передаватися від одного вузла до іншого.

На думку М. Кастельса, «мережева» логіка видозмінює не тільки процеси в галузі праці та виробництва, а й впливає на інші сфери соціальної поведінки (у повсякденному житті, культурі та сфері взаємодії влади та суспільства). М. Кастельс підкреслює, що соціальні мережі не є винаходом інформаційного суспільства, про їх існування було відомо задовго до появи Інтернет-мереж. Вони є досить старою формою матеріалізації людської діяльності, проте в сучасному соціумі саме мережева організація виявляється найбільш ефективною і доцільною. Незважаючи на те, що часом мережевим організаціям не вистачає координованого управління, гнучкість і рухливість все одно роблять їх найбільш адекватними структурами в умовах інформаційного суспільства [3, с. 138–139].

Д. В. Іванов у роботі «Віртуалізація суспільства» висуває тезу про те, що наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. зростає роль різного роду образів дійсності – симулякрів, які заміщують собою існуючу реальність. А. Л. Зверев і А. В. Башков відзначають, що у Д. Іванова є певне перетинання з позицією Ж. Бодріяра, виходячи з якого, можна припустити, що сучасне суспільство Інтернету – це фактично та область, яка сприяє формуванню симулякрів. Тому що Інтернет не є сам по собі заміною дійсності яка реально складається, він формує так звану символічну реальність (реальність в

області символів). При цьому контакт відбувається не як у реальності, коли можна зрозуміти, чи дійсно символ відповідає реальності чи ні, а опосередковано середовищем сформованих інтерпретацій, які є продуктом уявних конструкцій найбільш авторитетних користувачів Інтернету (наприклад, блогерів). Тому інтернет-користувачі в даному випадку змушені вірити символам які їм запропоновані, і єдиним критерієм прийняття цього симулякра є те, що він продукт політичних уявлень, близьких картині світу цього користувача. Тому будь-які «фейкові» заяви, які запускаються в соціальну мережу і відображають схожі з аудиторією політичні уявлення для якої призначено цю заяву, схвалюються нею і політичний лідер, який висловив цю заяву, отримує довіру та визнання цієї аудиторії. Таким чином, лідер думки, що транслює подібні заяви, стає віртуальним і навіть багато в чому «симулякратичним» лідером, оскільки його лідерський потенціал, крім цієї заяви, ніяк не може бути зрозумілим в рамках даної соціальної мережі. Віртуальність такого лідера проявляється і в обмеженій можливості дізнатися такого лідера ближче у якихось реальних справах, а не у його віртуальних заявах [4, с. 92–93].

На сьогоднішній день ми спостерігаємо все більше включення Інтернет технологій в протестні кампанії. Це проведення протестних акцій в Інтернеті, здійснення комунікації між суб'єктами протестної активності на форумах, групах в соціальних мережах, сайтах та Інтернет розсилках. Також слід зазначити, що все більшу роль у висвітленні протестної активності відіграють Інтернет-ЗМІ та інші Інтернет-канали розміщення інформації. Фактично саме Інтернет-канали стали розміщувати найбільшу кількість повідомлень про протестну активності. Найчастіше завдяки цьому протестні кампанії отримують висвітлення і в традиційних ЗМІ. Принциповою відмінністю сучасної ситуації є суттєво більш легка процедура комунікації. Інтернет дозволяє практично безперешкодно передавати інформацію, новини, думки і судження. Тут немає часових, цензурних, технічних та інших бар'єрів для висловлення своєї думки та донесення інформації [10, с. 281].

Американський дослідник впливу нових соціальних медіа на суспільство К. Ширки зауважує, що нові он-лайн-інструменти дозволяють людям знайомитися один з одним і здійснювати колективні дії без попередніх тимчасових і трудових витрат, залучаючи до них широкі верстви населення. Такого роду дії часто здійснюються без прийняття (або з частковим прийняттям) відповідальності за їх наслідки [12, с. 113].

Поєднання Інтернету і соціальних мереж дозволяє швидко знаходити однодумців, встановлювати горизонтальні зв'язки. Але схема, за якою будується комунікація, залежить від тих, хто її будує. Розглядаючи масові політичні протести і роль нових медіа в їх організації, можна помітити, що соціальні мережі стали засобом для поширення та обміну інформації між її учасниками і тими, хто допомагає «розумному натовпу» зорганізуватися поза мережею [6, с. 205].

Вплив Інтернету на організацію та мобілізацію зацікавив дослідників ще до масових Twitter-виступів. Так в роботі «Колективна дія в епоху Інтернету» вивчається глобальний вплив Інтернету на колективні дії, які визначаються авторами як дії, що застосовуються індивідами або групами для реалізації колективної мети. Дослідники виділяють два типи дії: віртуальна та реальна. До віртуальних дій вони відносять підписання он-лайн петицій, відправку повідомлень на форум або навіть хакерську атаку. У такому випадку віртуальна мережа виступає в якості платформи для об'єднання учасників та інструменту обміну ресурсами (як інформаційними, так і фінансовими). Як зазначає Т. Постмес, Інтернет є інструментом, що дозволяє робити багато дій без прийняття або з частковим прийняттям відповідальності за їх наслідки [3, с. 139].

З розвитком Інтернету і, зокрема, соціальних мереж, за останні десять років світ побачив приклади використання Інтернету громадянами які протестують проти політичних режимів різних країн: «Помаранчева революція 2004» в Україні, «Twitter-революція 2008» в Молдавії, «Арабська весна 2011» на Близькому Сході і Північній Африці та інші [8, с. 149].

За допомогою Інтернету учасники мітингів і протестних кампаній використовують нові інструменти інформування та збору коштів. Крім того, виробляються запрошення, заклики, агітація, організовуються онлайн-трансляції.

Очевидно, що саме в Інтернеті координуються акції протесту по всьому світі. Інтернет став не тільки середовищем для обговорення та формування протестних настроїв, але й найпотужнішим інструментом для ефективного управління та краудсорсингу [10, с. 281] (мобілізація ресурсів людей за допомогою інформаційних технологій з метою вирішення завдань, що стоять перед бізнесом, державою і суспільством в цілому) [13].

За останній час сталася політизація аудиторії соціальних мереж. Результат політизації полягає в тому, що інструментально соціальні мережі стали виконувати функції, традиційно пов'язані з інформаційними мережами громадянської активності: координація діяльності цивільних сил, формування та підтримку почуття колективної ідентичності, зниження залежності суспільства від держави і офіційних ЗМІ [12, с. 115].

Нові медіа відіграють істотну роль у процесах політизації та деполітизації. До таких ми відносимо насамперед Інтернет-проекти або майданчики, інформаційний контент яких створюється на інтерактивній основі із залученням максимально широкого кола мережевих користувачів. Це і блогосфера, і активно зростаючі соціальні мережі. Створюваний ними контент призводить або до пасивних, або до активних форм політизації. Читач таких медіаресурсів може просто споживати інформаційний продукт, насолоджуючись різного роду політичними маніфестами, «мемами», демотиваторами і т. д., а може і брати участь у їх створенні і переходити до узгодження політичних дій зі своїми однодумцями. У цьому і полягає політизуюча функція нових медіа [2, с. 10].

Зокрема, саме завдяки їм, за прикладом організації масових заворушень антиглобалістів в США та ряді держав Євросоюзу, в 2011–2012 рр. були вчинені активні спроби розгорнути цілу низку «кольорових революцій» на

пострадянському просторі: в Молдові, Киргизстані, Білорусі та Росії. Події, що відбулися в ряді міст Росії у зв'язку із виборами до Державної Думи та Президента Російської Федерації, ще раз засвідчили особливо високу ефективність використання соціальних мереж в справі організації масових заворушень, насамперед, в контексті ефективного скликання великого негативно налаштованого до чинної влади натовпу [13, 130]. Враховуючи серйозну небезпеку і активну роль соціальних мереж в організації і розгортанні масових заворушень в умовах сьогодення, радник держсекретаря США Алек Росс назвав Інтернет «Че Геварою XXI століття» [11, с. 164].

Ймовірно, вперше мобілізаційні можливості Facebook і Twitter розкрилися повною мірою на Близькому Сході. В уявленнях пересічних громадян, соціальні медіа відіграли найважливішу роль в «арабській весні», об'єднуючи розрізнені опозиційні групи і даючи їм можливість обійти цензуру, до якої схильні традиційні міжнародні засоби масової інформації. Роль соціальних медіа в мобілізації протестуючих на площі Тахрір Каїра та надання сирійською опозицією відеоматеріалів з нібито мавшими місце урядовими репресіями привернуло особливу увагу з боку міжнародних ЗМІ. Конфлікт у Лівії трансформував характер «арабської весни» і привів до великомасштабних бойових дій, які розгорнулися уздовж Південно-Африканського узбережжя між силами, лояльними законному уряду, і повстанцями, підтримуваними арміями країн НАТО [1, с. 4].

У роботі «Помаранчева міна» С.Г. Кара-Мурза докладно розглядає передумови революцій, їх соціальну базу та технічні прийоми. Під час «Помаранчевої революції» в Україні помітну роль зіграв Інтернет, який в значній мірі підтримував опозицію. Оператори зв'язку «Сільверком» і «Візор» надали безкоштовний канал доступу до Інтернету, в тому числі, до опозиційних сайтів «Українська правда» та «Майдан». Інтернет дозволив опозиції висвітлювати події більш оперативно, ніж це робили друковані ЗМІ, дозволив планувати акції протесту шляхом обміну повідомленнями. В Інтернеті на підтримку опозиції працювали іноземні консультанти,



наприклад, американська піар-компанія «Rock Creek Creative» розробляла інформаційну стратегію, бренд і політику для Інтернет-сайту «Помаранчевої революції» [9, с. 312–313].

Різні дослідники принципово по-різному оцінюють роль соціальних Інтернет-платформ при організації суспільно-політичних акцій. Деякі вчені висловлюють упевненість, що їх роль при організації колективних дій в епоху інформаційного суспільства дуже велика і надалі зростатиме. Але зустрічаються й скептики, які стверджують, що подібні сайти варто розглядати скоріше як інструмент формування громадської думки, ніж ефективну платформу для координації.

У той же час Інтернет-інструменти дають можливість заздалегідь усвідомити масштаби явища. Р. Еніколопов підкреслює, що «в соціальних мережах ви можете, отримавши якийсь посил, не тільки зрозуміти, що це за інформація, але побачити, і скільки людей дотримується цієї точки зору», що може виявитися критично важливим при прийнятті рішення індивідом про участь в якому-небудь масовому заході [3, с. 139–140].

Технології протидії протестним кампаніям в Інтернеті ще не сформувалися і не оформилися, проте вже зараз варто визнати, що боротьба з «революційним» Інтернетом з боку держави ведеться досить активно [10, с. 281].

Таким чином, в організації революцій спостерігається соціальна технологія в дії, яка поєднує в собі колективну оптимізацію акцій протесту і передачу механізмів і досвіду дій протестуючих за допомогою Інтернет-ресурсів як в межах однієї держави, так і між державами. Ця технологія нова для політичних режимів, і саме тому ще не вироблена система протидії їй. У підсумку, найбільш обґрунтованою виглядає роль соціальних мереж як інструменту революцій нового типу, тобто політико-інформаційна технологія прямого впливу на суспільство [7, с. 15].

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Сьогодні Інтернет стає одним з найефективніших засобів комунікації і організації в усіх сферах

діяльності, тому він використовується і буде використовуватися в політичній діяльності. Інтернет знімає просторово-часові перешкоди на шляху обміну інформацією і породжує нові форми об'єднання пересічних громадян [10, с. 282].

Інтернет стає комунікативним майданчиком, на якому люди висловлюють свої думки та емоції, не побоюючись санкцій з боку політичної влади, що може трохи знизити емоційний запал і віддаляє від виразу радикальних форм протесту, хоча при цьому і залишається потужним мобілізаційним каналом рекрутування мас для окремих політичних акторів для організації реальних акцій протесту [4, с. 96].

Феномен мережевих революцій поки що мало вивчений, а тому потребує подальших досліджень у питаннях взаємозв'язку та взаємовпливу політичного протесту і нових форм медіаактивності. Фактор соціальних мереж в організації протестних рухів повинен вивчатися, в тому числі і для забезпечення суспільної і державної безпеки.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Балугев Д.Г. Роль «новых СМИ» в современных политических процессах / Д.Г. Балугев, А.А. Новоселов : [Ел. уч. пособие]. — Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2012. — 40 с.
2. Девятков А. Новые медиа и сетевая субъектность в России / А. Девятков, А. Макарычев // Вестник института Кеннана в России. — 2012. — Вып. 22. — С. 7 — 12.
3. Докука С. В. Практики использования онлайн-социальных сетей / С. В. Докука // Социологические исследования. — 2014. — №1. — 137 — 145.
4. Зверев А.Л. Роль Интернет-коммуникаций в выработке политических представлений российских граждан / А.Л. Зверев, А.В. Башков // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. — 2013. — № 3 (23). — С. 87 — 99.
5. Клеман К. От обывателей к активистам Зарождающиеся социальные движения в современной России / К. Клеман О., Мирясова А., Демидов. — М.: Три квадрата, 2010. — 688 с.
6. Лашманкин А. Социальные сети и протестные акции против фальсификации выборов в самаре: версия наблюдателя / А. Лашманкин // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. — 2012. — 7. — С. 205 — 211.

7. Мухамеджанов Б. Г. Технологии «Арабской весны» : власть и оппозиция / Б. Г. Мухамеджанов, З.Т. Азизова. — науч.-попул. изд. — Алматы: ОФ “Фонд Первого Президента Республики Казахстан”, 2011. — 162 с.
8. Панченко Е. Митинги «за честные выборы»: протестная активность в социальных сетях / Е. Панченко // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. — 2012. — 7. — С. 149 — 154.
9. Посредников Д.В. Социальная сеть как средство политической манипуляции / Д.В.Посредников, А.А.Казмиришин // Історичні і політологічні дослідження. — 2012. — № 2 (50). — С. 310 — 319.
10. Соколов А. В. Интернет-аспекты протестной активности в современной России / А. В. Соколов, А. А. Фролов // Известия алтайского государственного университета. — 2012. — № 4 — 2 (76). — С. 280 — 283.
11. Тараненко М. М. До питання організації масових заворушень / М. М. Тараненко // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. — 2013. — Вип. 3 (19). — 161 — 167.
12. Ушкин С. Г. Протестные сообщества в социальных сетях: три года наблюдений / Ушкин С. Г. // Мониторинг общественного мнения. — 2014. — № 6 (124). — С. 112 — 118.
13. Что такое Краудсорсинг? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.crowdconsulting.ru/crowdsourcing>.

УДК 323.2: 316.354 (477)

Л.О. Жужа

## ВОЛОНТЕРСТВО АТО ЯК ПОЛІТИЧНИЙ ІНСТИТУТ: СУТНІСТЬ ТА ВПЛИВ НА ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО УКРАЇНИ

*Волонтерство АТО є не тільки проявом самовідданої активності патріотів для підтримки воїнів АТО, не тільки фактором самоорганізації суспільства, а й виступає як нова соціальна потреба. В період антитерористичної операції волонтерський рух перетворився в значний фактор громадянської активності. Волонтерство перетворюється у впливовий політичний інститут українського суспільства з усіма, притаманними для цього елементу політичної системи, ознаками та якість. Завдяки волонтерству АТО відбувається трансформація громадянського суспільства в Україні.*

**Ключові слова:** волонтери, волонтерство, АТО, політичний інститут, політичні перетворення, функції волонтерства.

*Волонтерство АТО – это не только проявление самоотверженной активности патриотов для поддержки воинов АТО, не только фактор самоорганизации общества, но и – новая социальная потребность. В период антитеррористической операции волонтерское движение превратилось в значимый фактор гражданской активности. Волонтерство трансформируется во влиятельный политический институт украинского общества со всеми, присущими этому элементу политической системы, признаками и*