

Польська Т.Д.

Зміна комунікаційної парадигми в інформаційному суспільстві та її вплив на політичну активність

Основним предметом аналізу в статті є трансформація комунікаційної системи на сучасному етапі глобального інформаційного суспільства та її вплив на соціокультурні й політичні процеси. Досліджено «мережеву соціальність» в аспекті «сплюснення» соціальних зв'язків, заміни діалогу в інтернет-комунікації фатичним спілкуванням. Важливим аспектом аналізу є питання впливу «соціальних медіа» на політичні уподобання і політичну активність.

Ключові слова: інформаційне суспільство, соціальні медіа, політична активність.

Основным предметом анализа в статье является трансформация коммуникационной системы на современном этапе глобального информационного общества и ее влияние на социокультурные и политические процессы. Исследована «сетевая социальность» в аспекте «уплощения» социальных связей, замены диалога в ин-

тернет-коммуникации фатическим общением. Важным аспектом анализа является вопрос влияния «социальных медиа» на политические предпочтения и политическую активность.

Ключевые слова: информационное общество, социальные медиа, политическая активность.

The article analysis is focused on the transformation of communication system at the present stage of the global information society and its influence on socio-cultural and political processes. The “network sociality” is under research in the aspect of “flattening” of social ties, replacing dialogue in communication with phatic communication. An important aspect of the analysis is the influence of “social media” on political preferences and political activity.

Key words: information society, social media, political activity.

УДК 316.77:004.738(045)

Польська Т.Д.,
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри теорії
та практики управління
Національного технічного
університету України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Технологічні можливості нового етапу розвитку цивілізації, інформаційного суспільства, їх вплив на соціально-політичні процеси в суспільстві приводять до проблематизації взаємин людини і технологічного світу, появи нової комунікаційної системи, яка трансформує можливості управління соціокультурними та політичними процесами у глобальному світі, політичну активність в офлайн- та онлайн-вимірах і створює нові виміри соціальності, зокрема «мережеву соціальність».

Фундаментальні аспекти трансформації комунікативного дискурсу в інформаційному суспільстві розглядали Н. Луман і М. Кастельс. Багато уваги проблематиці соціальних мереж приділяється в таких зарубіжних журналах, як “New Media & Society”, “Journalism & Mass Communication Quarterly”, “The International Journal of Research into New Media Technologies” та ін. Соціальні медіа та «мережеву соціальність», онлайн-політичну діяльність досліджують такі західні науковці, як Дж. Берковичі, Д. Бойд, П. Барбера, П. Дальгрэн, М. Дейзе, Р. Гібсон, Н. Бейм, В. Міллер, Л. Хоффман, Д. Фізел, З. Папачарізі та ін. Вітчизняні науковці також займаються проблематикою інформаційного суспільства, інформаційно-комунікаційного простору та його впливу на політичні процеси, зокрема Є. Муза, Г. Почепцов, О. Дубас, Л. Степанова, А. Захарченко, Ю. Данько та Ю. Курбан досліджують соціальні мережі.

Але проблематика соціальних мереж, «мережевої соціальності» та її зв'язок із політичними процесами ще недостатньо досліджена у вітчизняній науці.

Отже, метою публікації є розібратися в головних рисах зміни комунікаційної парадигми на сучас-

ному етапі глобального інформаційного суспільства, у природі «мережевої соціальності» та її зв'язку з політичною активністю – як інформаційні процеси обміну та інформації і «мережева соціальність» впливають на політичну активність?

Інтернет, зокрема соціальні мережі, змінює наш світ, створює нову тканину соціальних економічних і політичних відносин. Сучасна інтернет-комунікація в соціальних мережах, де адресат може отримати миттєвий відгук адресанта, долає зазначену Н. Луманом у його роботі «Реальність мас-медіа» відособленість системи мас-медіа, яка характеризується відсутністю безпосередньої інтеракції між відправниками та адресатами [2]. Таким чином комунікація отримує нові параметри швидкодії в Інтернеті – «глобальному соціальному просторі», як характеризує його М. Кастельс, називаючи цей новий світ спілкування «масовою само-комунікацією» (mass-self-communication) [11, с. 246].

Цей «глобальний перехід від масової комунікації до масової само-комунікації, що значно збільшує нашу участь і залученість до засобів масової інформації, а також через засоби масової інформації один з одним» [7, с. 246], дослідники вважають досить драматичним. Такий перехід змінює параметри комунікації та ставить питання про вплив цього «глобального соціального простору» на публічну сферу, політичні процеси та політичну активність. Змінюється також роль традиційних мас-медіа, їх вплив на політичні процеси. У наш час медіа настільки щільно оточують людину, пронизуючи всі сфери її буття, формуючи конструкції-ремікси категорій повсякденного життя, що стають невидимими. «Збільшувана невидимість (“invisibility”) медіа ілюструється їх зникнен-

ням зі свідомості за інтенсивного використання» [6, с. 137]. Увібравши в себе все, ставши реальною, медіа розчинилися, зникли, стали невиразні у буденному житті.

Інтернет, «галактика Інтернет», за М. Кастельсом, – це космос людського спілкування, який характеризується швидкістю комунікації і її непередбачуваністю, появою співрозмовників, персонажів, з якими в реальному житті у своєму соціальному середовищі ви ніколи б не зустрілися, вносить елемент гри і робить спілкування в соціальних мережах надзвичайно привабливим для користувачів, створює поле для перехресних комунікацій різних соціальних груп. Виникають так звані нові медіа, соціальні медіа (термін «соціальні медіа» вперше був використаний близько 1994 р. Дж. Беркович), і веб-сайти соціальних мереж, зокрема, можна розглядати як мережі соціальності. Але постає питання про якість цієї соціальної реальності, її вплив на людину і справжність інтернет-комунікації, нарешті, про співвідношення цього глобального громадського простору і публічної сфери.

Дискусія, що розгорнулася серед дослідників, ставить багато питань про звуження або розширення політичної активності і можливості вільно висловлювати свою думку. Чи продовжується боротьба за вільне спілкування в кіберпросторі, як це відбувається вже протягом всієї історії людства? Український філософ оптимістичний: «Мережа не імперіалізується. Мережі відповідає інше – мережеве неімперське – мислення. Мережі відповідає інше – мережеве ненаціональне – мислення. Мережа не націоналізується»[1].

Сподівання, надії на відродження соціальної сфери ставляться під сумнів скептиками, прихильниками іншого підходу. Ось що пише в журналі "New media & society" дослідниця із Чикаго З. Папачарізі: «<...> технології не повсюдно доступні, і ті, які часто викликають фрагментовану, безглузду, шалену дискусію, інакше відому як «розбурхана», далекі від гарантії відродження соціальної сфери» [13, с. 10]. Як політичне використання Інтернету впливає на публічну сферу? «Чи будуть ці технології розширювати наші політичні можливості або обмежувати демократію, чи, як альтернатива, здійснювати трохи і того, й іншого?» [13, с. 10].

З одного боку, активність в мережі позбавляється багатьох якостей традиційного розуміння соціальності, віртуалізується. І деякі цільові групи (молодь, студенти) йдуть у соціальні мережі, у віртуальний світ, а такий традиційний фактор отримання політичної інформації та формування політичної активності, як телебачення, майже повністю втрачає свій вплив на ці групи. І соціальні мережі можуть каналізувати політичну активність, тобто сублімувати її у віртуальні різновиди, таким чином її розпорощуючи.

З іншого боку, соціальні мережі можуть бути конденсатором політичної активності, можуть її концентрувати і спрямовувати. М. Дейзе у своїй статті «Заклик до співчуття в дослідженнях соціальних медіа» згадує слова редактора Дж. Мартінсон із "The Guardian" через три дні після вбивства восьми журналістів французького журналу "Charlie Hebdo" в Парижі, яка писала, що це була подія, під час якої «соціальні медіа набули своїх прав». Це насамперед проявилось у масовій підтримці Twitter (використовуючи хештег #JeSuisCharlie). Соціальне медіа стало платформою для «поширення історії про солідарність» [7].

Інші дослідники, навпаки, звертають увагу на «сплющення» соціальних зв'язків, яке відбувається в «мережевій соціальності». В. Міллер, досліджуючи онлайн-комунікацію, звертає увагу на втрату комунікацією в соціальних медіа справжнього діалогічного характеру і характеризує її фатичні, а не діалогічні виміри. «Фатична культура змінює, а інколи і виключає діалог, тому що для неї важливішим стає підтримання цього контакту» [12, с. 392], а діалог стає перешкодою у прагматичному прагненні економії часу, роль стислих повідомлень у фатичному зв'язку збільшується.

Ведення блогу, за В. Міллером, здебільшого ґрунтується на уявленні про те, що інформація є товаром, який використовується для створення та підтримки відносин, особливо це стосується політичних, новинних, технологічних блогів. В. Міллер описує нову модель комунікабельності, яка є результатом постійного розширення соціальних мереж, розмивання присутності і відсутності, що призводить до відносин «квазі-безперервних обмінів»[12, с. 389].

За В. Міллером, замість отримання безпеки за рахунок «довіри» і саморозкриття в сучасних умовах мобільності і неформальності мережі соціальна мережа стає інструментальною або ж власне формою товару соціальних зв'язків на основі постійного будівництва і реконструкцій персональних мереж або контактів. «Людські стосунки стають все більш залежними від об'єктів і навіть витісняються ними» [12, с. 393].

Таким чином, технічні засоби сприяють ситуації пост-соціалізації, коли ми використовуємо об'єкти (телефони, профілі MySpace чи блоги) як комунікативні тіла, аби перебувати в постійному спілкуванні з іншими представленими або пост-соціальними об'єктами. Але справжнім спілкуванням це назвати складно, бо комунікативні жести не мають мети обмінятися важливою інформацією, швидше просто підтримувати соціальні зв'язки. «Комунікації була передана роль простого підтримання постійного розширення мереж взаємозв'язків і підтвердження знаходження в режимі онлайн» [12, с. 397].

В. Міллер констатує, що завданням профілю в соціальній мережі є насамперед встановити (і

продемонструвати) зв'язки, а не передбачити діалогічне спілкування, а величезне зростання соціальних мереж сприяє розвитку нових форм «опосередкованої видимості». І замість поглиблення соціальних зв'язків тенденція соціальних мереж демонструє «відхід від громади, розповідей, основної комунікації до соціальних мереж, баз даних і фатичного спілкування» [12, с. 395] у цьому роздробленому медіа-середовищі, де кордон між офлайн і онлайн, традиційними та нетрадиційними засобами масової інформації, особистим життям і суспільством розмито.

Як бачимо, дослідники звертають увагу на зміну комунікаційної парадигми у «глобальному соціальному просторі», комунікації, яка має не інформаційні чи діалогічні виміри, а суто соціальні (мережеві), підтримання безперервного контакту.

Зарубіжними науковцями всебічно досліджуються «соціальні медіа», вплив політичної інформації, отриманої онлайн, на політичну активність та детермінанти онлайн-політичної участі, налаштування в соціальних медіа, які формують обмін інформацією. Між політичною інформацією і політичною участю існує тісний взаємозв'язок; чим більше ми знаємо про політику, тим більше й ефективніше ми беремо участь у політичній діяльності [8, с. 495].

Велику роль відіграють соціальні мережі для отримання інформації в політичній комунікації. Створюючи можливості для обміну інформацією, вони можуть бути важливими платформами для залучення політичної участі, обміну політичною інформацією, а також сприяння громадянської активності. Д. Фізел відмічає, що «<...> підвищується доступність і різноманітність партнерів по дискусії в режимі онлайн» [8, с. 495], а такі соціальні мережі, як Facebook, дозволяють агрегувати мережу людей із різних структурних середовищ.

Крім того, мережевий аспект онлайн-участі може забезпечити більш ефективну мобілізацію порівняно з попередніми зусиллями. Це пояснюється тим, що онлайн-колективні дії, особливо політичний протест, забезпечуються двома можливостями Internet, зокрема низькою вартістю організації та спрощенням онлайн-колективних дій, які не вимагають від людей фізично перебувати в тому самому місті в той самий час. Багато видів онлайн-політичної діяльності кваліфікується дослідниками як політична участь у строгому сенсі слова, й онлайн-можливості часто підсилюють вплив соціальних рухів [14]. Крім того, дослідники приходять до висновку, що політично зацікавлені люди схильні брати політичну участь як в онлайн, так і в офлайн русі [9].

Останні статистичні дані показують, що понад три чверті дорослих американців використовують сайти соціальних мереж, таких як Facebook і Twitter. У всьому світі, за оцінками, 2,2 мільярда

людей використовують соціальні мережі щодня, це число, згідно із прогнозами, досягне 2,5 млрд у 2018 р. [3]. Соціальні медіа стали невід'ємною частиною сучасної політичної кампанії. Наприклад, Хілларі Клінтон почала свою президентську кампанію 2016 р. у Twitter і YouTube у спробі повернути молодшу демографічну групу. П. Дальгрєн відмічав, що Інтернет зіграв важливу роль у сприянні зростання «неформальної і позапарламентської політики»: «Спостерігається масове зростання того, що ми називаємо пропагандистською або політикою проблем, часто у формі поточних кампаній» [5, с. 148].

Доступ до політичної інформації в Інтернеті є значною підставою прогнозувати участь у політичному житті в мережі. Подібно читанню газети або перегляду новин, використання Інтернету для отримання нової інформації відповідає більш високим рівням активності і виразній політичній участі в Інтернеті. Політичні розмови й обмін повідомленнями в мережі також здійснюють опосередкований вплив на онлайн-політичну участь за допомогою розширення взаємодій між людьми [8, с. 497].

Дослідження про вплив політичної інформації на політичну участь значною мірою повинні враховувати фактор налаштувань, які визначають обмін та отримання інформації. Оскільки на сьогодні більша частина досліджень, що стосуються інформаційного впливу в Інтернеті, розглядає політичну інформацію, як правило, без розділення інформації на ту, що закріплює установки, та на нейтральну інформацію, для вивчення їх різних впливів зарубіжні вчені звертають увагу на такий аспект, як вибіркоче сприйняття інформації людьми та її вплив на політичні уподобання і політичну активність [8, с. 497]. Зважаючи на чинники наявності величезної кількості інформації в мережі, користувачі Інтернету змушені постійно приймати рішення про те, яку інформацію шукати або якої уникати. Таким чином, для створення і персоналізації налаштувань в Інтернеті одночасно відбуваються активний і пасивний вибіркочі впливи [8, с. 497].

Коли Інтернет був відносно новим явищем, у науковій спільноті висловлювалось загальне занепокоєння із приводу здатності Інтернету полегшити для суспільства вибір на користь ідеологічно підсилювальних шаблонів засобів масової інформації, стурбованість тим, що це дозволить створювати «щоденні медіа-режими, які були б однобічними», [4] і припущення, що вибіркочі вплив в Інтернеті призведе до мотивованого виключення всієї контрастної інформації.

Справді, політико-ідеологічне підкріплення, яке, звісно, відбувається в міжособистісних відносинах на роботі і в побуті, а також через традиційні масмедіа, посилюється легкістю, з якою люди можуть вибирати підкріплювальну інформацію в Інтернеті,

а також самим обсягом наявної інформації. Крім того, деякі програми запам'ятовують попередню поведінку користувачів Інтернету і використовують цю інформацію надалі. І дійсно, ряд досліджень свідчив, що вплив новин, які висловлюють ті самі переконання, що у користувачів, або надають неупереджену інформацію, відповідають більш високим рівням політичної участі, ніж коли люди зазнають впливів контрастної інформації [8, с. 496].

Але все ж таки подальші дослідження показали, що це питання більш складне, спрацьовують також інші фактори. Ліберали, наприклад, були більш схильними до ідеологічного «розсіювання», тобто поєднання думок, що притаманні різним ідеологіям, ніж консерватори [8, с. 496]. Люди не є пасивними об'єктами впливу інформації, і хоч і підтверджують свою упередженість та необ'єктивність, вони не «систематично уникають джерел інформації, несумісних з їх позицією, незалежно від того, наскільки легко це стало робити» [8, с. 498].

Як бачимо, неймовірний феномен Інтернету в багатьох відношеннях став одним із головних способів взаємодії з іншими, але нова модель комунікабельності змінила самі виміри соціальності, і недаремно в зарубіжних дослідженнях з'явився термін «пост-соціальний». Соціальні медіа можуть розширювати можливості та поле для політичних комунікацій і політичної активності. Але вибіркоче сприйняття інформації і її вплив на політичні уподобання і політичну активність мають неоднозначні виміри. Налаштування соціальних мереж можуть бути обмежувальними або такими, що додають ідеологічної спрямованості і можливості маніпуляції. Важливість дослідження детермінант онлайн-політичної активності та її впливу на офлайн-діяльність складно переоцінити. І прояснення цих аспектів потребує подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дацюк С. Иллюзия ошибок России / С. Дацюк // Критика отзыва Бахтиярова на мою статью «Агония России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.birzhaplus.ru><http://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/546881cad8a2f/>.
2. Луман Н. Реальность мас-медиа / Н. Луман. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.

4. Pablo B. Tweeting From Left to Right Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? / B. Pablo, J. Jost, J. Nagler, J. Tucker, R. Bonneau // *Psychological Science*. – 2015. – Vol. 26. – Is. 10 [Electronic resource]. – Access mode : <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/095679761559462>.

5. Bennett W. A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication / W. Bennett, I. Shanto // *Journal of Communication*. – 2008. – Vol. 58 (4). – P. 707–731 [Electronic resource]. – Access mode : doi:10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x.

6. Dahlgren P. The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation / P. Dahlgren // *Political Communication*. – 2005. – Vol. 22 (2). – P. 147–162 [Electronic resource]. – Access mode : doi:10.1080/10584600590933160.

7. Deuze M. Media life / M. Deuze // *Theory, Culture & Society*. – 2011. – Vol. 33 (1). – P. 137–148.

8. Deuze M. A call for compassion in the research of social media / M. Deuze // *Social Media + Society*. – 2015. – Vol. 1–2 [Electronic resource]. – Access mode : doi: 10.1177/2056305115580333.

9. Feezell J. Predicting Online Political Participation: The Importance of Selection Bias and Selective Exposure in the Online / J. Feezell // *Setting Political Research Quarterly*. – 2016. – Vol. 69 (3). – P. 495–509.

10. Gibson R. Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline / R. Gibson, M. Cantijoch // *The Journal of Politics*. – 2013. – Vol. 75 (3). – P. 701–716.

11. Hoffman L. Participation or Communication? An Explication of Political Activity in the Internet Age / L. Hoffman // *Journal of Information Technology & Politics*. – 2012. – Vol. 9 (3). – P. 217–233 [Electronic resource]. – Access mode : doi:10.1080/19331681.2011.650929.

12. Castells M. Communication Power [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.mediacoollhunting.com/archives/the-rise-of-mass-self-communication>.

13. Miller V. The New Media, Networking and Phatic Culture / V. Miller // *International Journal of Research into New Media Technologies*. – 2008. – Vol. 14 (4). – P. 387–400 [Electronic resource]. – Access mode : doi:10.1177/1354856508094659.

14. Papacharissi Z. The internet as a public sphere / Z. Papacharissi // *New Media & Society*. – 2002. – Vol. 4 (1). – P. 8–27.

15. Theocharis Y. The Conceptualization of Digitally Networked Participation / Y. Theocharis // *Social Media & Society*. – 2015. – Vol. 1. – P. 1–14.