

6. Romaniuk A.S. Porivnialnyi analiz politychnykh instytutiv krain Zakhidnoi Yevropy : monohrafiia / A.S. Romaniuk ; Lvivsk. nats. un-t im. I. Franka. – Lviv : Vyd. tsentr LNU im. I. Franka, 2007. – 391 s.
7. Rudakevych O.M. Natsionalnyi pryntsyyp : etnopolitychna kontseptsiiia natsii : monohrafiia / O. Rudakevych. – Ternopil : Vyd.-vo TNEU Ekonomichna dumka, 2009. – 292 s.
8. Stepyko M. Konsolidatsiia ukrainskoi natsii: problemy ta perspektyvy/ M. Stepyko // Visnyk NANU. – 1999. – №6. – S. 16-26.
9. Tyshchenko Yu. Mizhetnichni vzaiemyny v Ukraini: vyborchii dosvid ta derzhavna polityka u 2005 rotsi [Elektronnyi resurs] / Yu.Tyshchenko. – Rezhym dostupu: <http://www.kngu.org/KongrUkr/Monitoring/Monitoring-06/Tischenko.htm>.
10. Ukrainske suspilstvo 1992-2009. Dynamika sotsialnykh zmin / za red. Vorony V., Shulhy M. – K. : In-t sotsiolohii NAN Ukrainy, 2009. – 504 s.

УДК: 323.22 (316.774)

Хома Наталія Михайлівна
 доктор політичних наук, доцент
 кафедри теорії та історії політичної науки,
 Львівський національний університет
 ім. Івана Франка
 e-mail: khoma.nata@gmail.com

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ТА ФУНКЦІОНУВАННІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Доводиться ключова роль засобів масової інформації у функціонуванні громадянського суспільства. Акцентується увага на ролі соціальних медіа у становленні громадянського суспільства в умовах інформаційно-комунікаційної революції. Підкреслюється значення нових можливостей відтворення образу, звуку, тексту завдяки електронним технологіям. Наголошується на громадському контролі за владою як функції соціальних медіа.

Ключові слова: блогосфера, соціальні медіа, громадянське суспільство, соціальні мережі, стрім-трансляція.

Хома Наталья Михайловна, доктор политических наук, доцент кафедры теории и истории политической науки, Львовский государственный университет им. Ивана Франко

Роль социальных медиа в формировании и функционировании гражданского общества

Аргументируется ключевая роль средств массовой информации в функционировании гражданского общества. Акцентируется внимание на роли социальных медиа в становлении гражданского общества в условиях информационно-коммуникационной революции. Подчеркнуто значение новых возможностей воспроизведения образа, звука, текста благодаря электронным технологиям. Доказывается значение общественного контроля за властью как функции социальных медиа.

Ключевые слова: блогосфера, социальные медиа, гражданское общество, социальные сети, стрим-трансляция.

Khoma Nataliya, D.Sc. in Political sciences, associate professor of the theory and history of political science chair, Ivan Franko National University of Lviv

Role of social media in formation and functioning of civil society

Civil Society is the self-organized and self-regulated area of public relations in the state, that unites many institutes – subjects, that in the process of their activity form public relations aimed at strengthening civil society. One of these institutions is the means of mass media (media).

The most part of media are non-governmental, private, and therefore are perceived as special – information – commercial projects designed to bring profits to owners. But media is a powerful institute of civil society, their purpose is to inform the public about current events as objectively as possible, to evaluate events. Their ultimate goal is to promote public control over the government.

We have witnessed fundamental changes in the communication model, because anyone can become a "small" media. Electronic technologies created new possibilities for reproduction of image or text: sign, sound, motion, picture and text are combined. "New Media" is all forms of data transmission via the Internet, it covers all of the new technologies in communications, such as: web-sites, e-mail and etc., and "social media" such as services where users interact with content (e.g., communication in blogs or social networks). Thus, new media includes social media.

Social Media is Internet services designed for mass distribution of content, where the content is generated by users themselves. An author may be any one, and that is opposed to traditional media, where the author is the pre-selected and limited number of people. If you use a typology of media space by H. McLuhan ("hot" and "cold" – by the degree of activity and of the audience feedback presence), then social media is the hottest type.

There are following types of social media: social networks; blogs and microblogs; forums; feedback-sites; photo and video sharing; geo-social services. Social networking and blogging are the most effective among social media. In 2014 there were approx. 862 million websites and personal blogs.

Social media is more dispersed and decentralized, less hierarchical compared to traditional media. It is relatively inexpensive or free. Its absolute advantage is the speed of disclosure (instantly). Publication or TV and radio programs after release cannot be changed and modified with social media editing and comments. As social media is characterized by self-organization, the result of the user's activity may be unknown even to user himself.

Social media is interactive, convergent electronic media with a particular user-generated content; openness to interaction with readers gives them the ability to create or modify the content of the messages. Unlike traditional media where communication is performed on a "one to many" communication scheme, in the new media it is performed on "many to many" scheme. Access to new media is possible with all electronic devices with access to the Internet. Their benefits for civil society in comparison to traditional print and broadcast media: the possibility of feedback; transparency; discussion in the comments to the posts; low financial threshold of entry; creation of content in real time (e.g., Stream broadcast); opportunity to combine several forms of information presentation (audio, video, text); high frequency of publication. At the same time, there is the practical absence of censorship; small role of gatekeepers (who set limits to the content and themes of publications).

In determination of the role of social media in the functioning of civil society mood of optimism and cyber-pessimism are combined. The first one considers the Internet as a free medium with lack of control, a precondition for the development of democracy, the ability to enhance social connections for all (including people with disabilities), mass education, the possibility of a direct appeal to the authorities. Cyber-pessimists fear networks, because of the threat of all-possible negative emotions (extremism, xenophobia, separatism, etc.), the way to control the citizens, degradation of public discourse, virtualization of social interaction, sublimation and violation of privacy. Although cyber threats are really obvious, still benefits of social media for the establishment and functioning of civil society are obvious: they allow users to interact, collaborate, communicate, share information or engage in any other social activity through blogs, wikis, social networks, etc.

Despite the problem of unchecked information, social media has a certain level of trust of the audience, so it is actively used in the area of politics and public administration (conducting of various informational campaigns with a wide audience coverage, forming of virtual communities, focus groups and work with them, socialization of online representative public authorities and politicians, socio-political forces, etc.). Production and formation of public opinion, active and effective communication are important social problems of new media that should not be taken as competitors of "old" media, as well as complementary partners in a common cause of formation and development of civil society.

Key words: blogging, social media, civil society, social networks, stream broadcast

Громадянське суспільство як самоорганізована та саморегульована сфера публічно-правових відносин у державі об'єднує чимало інститутів – суб'єктів, які в процесі своєї діяльності формують суспільні відносини, спрямовані на утвердження громадянського суспільства. Одним із таких інститутів є засоби масової інформації (ЗМІ).

Комунікаційні засоби еволюціонували: усні (знаково-символьна вербалізація повідомлень); друковані (алфавітна система мови, матеріалізована на різних носіях інформації – від стін гробниць та предметів ужиткового мистецтва до паперу); електронні (в основі – електричні сигнали). Завершилася (за словами М. Маклюєна) "ера Гутенберга" [3] – книжково-документальної комунікації; ми – очевидці принципової зміни комунікаційної моделі, адже кожен користувач може стати "маленьким медіа". Електронні технології створили нові можливості відтворення образу або тексту [4]: об'єднано знак, звук, рух, зображення, текст. Дедалі частіше висловлюється думка, що головним трендом сучасного глобалізованого світу стають прояви громадянської активності за допомогою інформаційно-комунікативних каналів [2]. Сучасне суспільство часто називають медіакратичним, а контроль за соціальними медіа та їх можливостями впливати на громадян – цікавлять уряди, адже сьогодні кібертехнології використовують як зброю проти політичних опонентів.

Більшість ЗМІ є недержавними, приватними, а тому сприймаються як особливі – інформаційні – комерційні проекти, покликані приносити прибутки власникам. Але водночас ЗМІ виступають потужними інститутами громадянського суспільства: інформувати суспільство про актуальні події, максимально об'єктивно, оцінювати події є їх призначенням, кінцева мета якого – сприяння громадському контролю за владою. Різномасштабна взаємодія медіа та громадянського суспільства є об'єктом дослідження Є. Вартанова (нові медіа як чинник модернізації ЗМІ); О. Коцарева, Ю. Костигова (типологізація мережевих ЗМІ); К. Коцюруби (вивчення впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток громадянської протестної активності); М. Шваб (соціальні медіа як інструмент комунікації неурядових організацій); В. Горового, С. Даниленка, Н. Мороз, О. Маліса, О. Онищенко, Є. Пілата, В. Попик (аналізують соціальні медіа (окремі їх види) як чинник розвитку громадянського суспільства в умовах інформаційно-комунікаційної революції). Проблематиці нашого дослідження присвячені розвідки таких західних дослідників, як Д. Бойд, Л. Вебер, М. Гуревич, Д. Зарела, Є. Морозов, А. Палмер.

Водночас, попри наявність наукового фундаменту для аналізу взаємозв'язку "ЗМІ – громадянське суспільство", залишається невивченим вплив політичної блогосфери в цілому та окремих соціальних медіа на процес формування та подальше функціонування громадянського суспільства. Потреба дослідження теми зумовлена тим, що електронні ЗМІ дедалі впевненіше займають свою нішу в інформаційному просторі поруч із друкованими й аудіовізуальними.

Формування й функціонування громадянського суспільства як багатогранного соціокультурного й політичного феномена неможливе без діяльнісно-самоорганізаційних комунікаційних процесів, у яких задіяні різноманітні соціальні актори й соціальні інститути, що створюють й відтворюють соціальні дискурси і символічні види суспільної практики, а відтак формують "громадянські поля" комунікативної активності [1, 3]. Комунікаціям належить особливо важлива роль у становленні, функціонуванні та еволюції громадянського суспільства та його інституцій. Віртуальний інформаційний простір дедалі більшою мірою перетинається з реальним, соціальним простором; мережеве життя перетворюється на значиме соціальне явище, що помітно впливає на життя суспільства [1, 4].

Для вивчення ролі соціальних медіа у процесі формування та функціонування громадянського суспільства насамперед необхідно термінологічно розрізнити "новітні медіа" та "соціальні медіа". "Новітні медіа" – це всі форми передачі інформації за допомогою інтернету, всі нові технології в комунікаціях (web-сайти, е-пошта і под.), а "соціальні медіа" – сервіси, де користувачі будь-яким чином взаємодіють із контентом (наприклад, комунікація у блогах чи соціальних мережах). Отже, новітні медіа включають у себе соціальні медіа.

Соціальні медіа є особливим новітнім типом ЗМІ (зароджуються орієнтовно у 1995 р., а термін виник у 2004 р.), які з'явилися у результаті онлайн-технологій на принципах Веб 2.0, завдяки яким споживачі інформаційного вмісту сайту (контенту) через свої дописи є співавторами та можуть взаємодіяти, брати участь у будь-якій іншій соціальній активності з іншими користувачами певного сервісу. Соціальні медіа призначені для масового розповсюдження вмісту, створеного самими користувачами; автором може бути кожен, на протилежність традиційним медіа, де авторами є попередньо відібране й обмежене коло людей. Якщо використовувати типологію медіапростору Г. Маклюєна ("гарячий" і "холодний" – за ступенем активності аудиторії та наявності зворотнього зв'язку), то соціальні медіа є найгарячішими типами.

У системі соціальних медіа виділяються соціальні мережі (Facebook, ВКонтакте, Мой Мир, LinkedIn, Однокласники.ru, MySpace та ін.); блоги (LiveJournal, Blogger, LiveInternet, Diary та ін.) та мікроблоги (Twitter, Google Buzz, Jaiku, Qaiku, Yammer та ін.); форуми; сайти відгуків (Яндекс. Маркет, Otzyv.ru, Irecommend.ru); фото- та відеохостинги; геосоціальні сервіси (Foursquare, Advizzer, AlterGeo, Gowalla). Соціальні мережі та блогерство найефективніші серед соціальних медіа: у 2014 р. працювали близько 862 млн сайтів і персональних блогів.

Не є соціальними ті інтернет-медіа, які призначені для особистого чи групового спілкування, але не для масової публікації (електронна пошта, сервіси миттєвих повідомлень і под.). Щодо форумів, то думки дослідників розділилися щодо класифікації їх як соціальних: традиційно форуми відносять до "старих медіа", хоча вони повною мірою були "соціальними" медіа, організовуючи спілкування відвідувачів інтернет-сайту; дехто називає форуми перехідною ланкою між "старими" та "новітніми медіа", такою собі версією 1.5. Водночас [9] та А. Палмер [7] відносять форуми до соціальних медіа; цю ж позицію поділяють вітчизняні дослідники А. Митко, М. Шваб [8].

Соціальні медіа за своєю природою більш децентралізовані та розпоршені, менш ієрархічні порівняно з традиційними ЗМІ. Вони відносно недорогі, а то й безкоштовні; їх безумовною перевагою є швидкість оприлюднення інформації (миттєво). Публікація чи телерадіопрограма після оприлюднення не можуть бути змінені, а соціальні медіа видозмінюються через редагування та додавання коментарів. Оскільки соціальним медіа характерна самоорганізація, то результат діяльності користувача може бути невідомим навіть йому самому.

Соціальні медіа є інтерактивними, конвергентними електронними носіями інформації з особливим користувацьким контентом; відкритість для взаємодії з читачами надає їм можливість створювати та модифікувати зміст повідомлень. На відміну від традиційних медіа, де комунікація здійснюється за схемою "від одного до багатьох", схема комунікації у нових медіа – "від багатьох до багатьох". Доступ до нових медіа можливий із усіх електронних пристроїв із виходом в інтернет. Їх переваги для громадянського суспільства у порівнянні з традиційними друкованими й аудіовізуальними ЗМІ: можливість зворотного зв'язку; прозорість; дискусії в коментарях до повідомлень; низький фінансовий поріг входження; створення контенту в режимі реального часу (наприклад, стрім-трансляції); можливість поєднати кілька форм подачі інформації (аудіо, відео, текст); висока періодичність публікації. У той же час практично відсутня цензура; невелика роль гейткіперів (тих, хто встановлює обмеження на зміст і тематику публікацій). Необхідно також врахувати, що сучасний інформаційний простір переважаний випадковою, низькоякісною інформацією, що ускладнює використання суспільно значущих ресурсів.

Соціальні медіа стають одним із інструментів горизонтального структурування суспільства і є, по суті, відображенням процесу формування громадянського суспільства на базі розвитку електронних інформаційних технологій [6, 217]. Соціальні медіа як система горизонтальних інформаційних обмінів між членами суспільства сприяють об'єднанню громадян за інтересами і цим самим сприяють розвитку громадянського суспільства, поширюють соціальний досвід. Використання соціальних медіа з метою накопичення і передачі знань є економічно рентабельним (для генерування ідей, опрацювання великих обсягів інформації і под.).

При визначенні ролі соціальних медіа у функціонуванні громадянського суспільства поєднуються настрої кібер-оптимізму та кібер-песимізму. Кібер-оптимісти розглядають інтернет як вільне середовище з відсутністю контролю, передумову розвитку демократії, можливість активізувати соціальні зв'язки для усіх (у т. ч. для людей з обмеженими можливостями), масову освіту, можливість прямого звернення до влади. Кібер-песимісти побоюються мережі через загрозу поширення безлічі негативних емоцій (екстремізм, ксенофобія, сепаратизм і под.), спосіб контролю за громадянами, деградацію публічного дискурсу, віртуалізацію соціальної взаємодії, сублімацію, порушення приватності. І хоч кіберзагрози справді очевидні, переваги соціальних медіа для становлення та функціонування громадянського суспільства очевидні: вони дають можливість користувачам взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією або брати участь у будь-якій іншій соціальній активності через блоги, вікі, соціальні мережі та под.

Відомим кіберскептиком є професор Стенфордського університету, публіцист Є. Морозов. Він заперечує, що свобода в інтернеті робить нас вільними, а соціальні мережі можуть бути колективними

пропагандистами й організаторами борців із авторитаризмом. На думку дослідника, свобода інформації в інтернеті не сприяє поваленню недемократичних режимів, а навпаки робить ці режими сильнішими [5]. Тих, хто вірить у всесилля мережі, Є. Морозов називає кіберутопістами, а їх віру – згубною, бо лібералізація неможлива тільки за наявності інтернету та диванного революціонерства. Звернемо увагу, що книга "Інтернет як ілюзія" (2010) була написана автором ще до "Арабської весни", але й сьогодні публікації автора не свідчать про зміну його наукової позиції.

Розкриємо переваги та вади соціальних медіа на прикладі кількох форм поширення інформації через соціальні медіа, зокрема громадсько-політичний блог і стрім-трансляція.

Громадсько-політична блогосфера є глобальним віртуальним середовищем у формі публічних ресурсів, у якому використовуються мережеві технології політичної комунікації з метою поширення та обговорення актуальних авторських повідомлень на громадсько-політичну тематику. Учасниками громадсько-політичної блогосфери як різновиду соціальних медіа є: блогери, які мають вплив на формування громадської думки у суспільстві (доказом компетентності окремих блогерів є запрошення (листопад, 2014) окремих із них працювати на керівних посадах СБУ); електронні ресурси політиків, політичних аналітиків, оглядачів, громадських активістів (web-сайти, онлайн-щоденники, мультимедіа, блоги). Громадсько-політичний блог є засобом донесення персональних ідей до громадськості, мобілізації до певних дій (чи бездіяльності). Такі типи медіа поєднують як численні позитиви (наприклад, інтерактивність, мобільність, доступність, незалежність від редакційної політики), так і негативи (наприклад, суб'єктивізм (упередженість) у подачі матеріалу). Переваги функціонування громадсько-політичної блогосфери для громадянського суспільства – в інтенсивному інформуванні інтернет-аудиторії, формуванні громадської думки та професійного дискурс-середовища, автономізації суб'єктів політичного процесу, розвитку інституту неформального лідерства та под. Громадсько-політична блогосфера перетворюється на нову форму соціально-політичної активності, спрямованої на створення актуальних новин, верифікацію політичних повідомлень.

Стрім-трансляція є інноваційним напрямом на перетині журналістики та медіа-активізму: пряма трансляція з місця подій без монтажу; потокове відео, що транслюється через інтернет з метою миттєвого розповсюдження інформації мільйонам інтернет-користувачів. Основна перевага – неможливість цензурувати, відредагувати, спотворити інформацію, а у глядача виникає відчуття власної присутності на місці події. Це абсолютно змінює інформаційну реальність і якнайкраще вписується у призму сучасних інформаційних технологій. Наприклад, сигнал "Еспресо.TV", який через різні сучасні технології передається на супутник, транслюють величезні канали по всьому світі. Стрім-трансляції ведуть інтернет-канали "Еспресо.TV" (espresso.tv), "Громадське ТБ" (hromadske.tv), "Спільнобачення" (spilno.tv), Ukrstream.tv, "Радіо Свобода", "Аронець live" (svoje.tv). Завдяки таким трансляціям світова громадськість спостерігала за Революцією гідності, подіями у Криму та на Донбасі, ленінопадом і под. Стрімер ставить за мету об'єктивне висвітлення подій через нетрадиційний метод донесення інформації; цим він ніби протиставляє себе традиційними ЗМІ, довіра до яких підірвана численними випадками перекручення інформації й упередженості в її поданні. Основна перевага у порівнянні з іншими ЗМІ – форма подачі інформації: неможливість цензури, редагування, спотворення чи підміни. Така здатність подавати інформацію цікаво, неупереджено сприяє розвитку громадянського суспільства.

Соціальні медіа, попри проблему неперевіреності інформації, мають певний рівень довіри аудиторії, а тому їх активно використовують у бізнесі (соціалізація брендів), політиці й сфері державного управління (проведення різноманітних інформаційних кампаній із широким охопленням аудиторії, формування віртуальних спільнот, фокус-груп і робота з ними, соціалізація он-лайн-ових представництв державних органів та політиків, громадсько-політичних сил і под.). Соціальні медіа демонструють важливу зміну потреб у сучасному інформатизованому суспільстві: дефіцит спілкування, уваги, криза соціальних статусів та інститутів, потреба прямого спілкування, персоніфікація новин, можливість швидких зв'язків в умовах обмеженого вільного часу. Соціальні медіа, крім вагомої кількості користувачів, що постійно зростає, мають й інший важливий аспект – вони формують громадську думку. Продакування та формування громадської думки, оперативна та ефективна комунікація – важливі соціальні завдання новітніх медіа, які варто сприймати не як конкурентів "старих" медіа, а як взаємодоповнюючих партнерів у спільній справі становлення та розвитку громадянського суспільства.

Виходячи з визначення громадянського суспільства як: 1) сфери спілкування та солідарності; 2) спонтанної самоорганізації і самоврядування вільних індивідів на основі добровільно сформованих асоціацій громадян, яка захищена необхідними законами; 3) сфери, вільної від прямого втручання і регламентації з боку держави, автори монографії "Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства" доводять наявність у мережевому середовищі Інтернет потенціалу для сприяння розвитку громадянського суспільства [6, 75]. Тенденція формування громадянських ініціатив за допомогою сучасних технологій проринула в усі важливі сфери соціального життя, а зброєю активістів стають блоги, сайти та соціальні мережі. Віртуальна мережа перетворилася на майданчик для відстоювання громадянами власних прав і свобод; цей спосіб прояву громадянської активності є найоперативнішим і наймасовішим, адже за короткий проміжок часу дописувач може донести власну думку до багатомільйонної аудиторії та отримати їхню підтримку та схвалення. Звісно, активізації таких процесів сприяє свобода слова, а також можливість доступу до інформації для будь-якої аудиторії. Це робить соціальні медіа потужним інститутом побудови демократії.

Безперервний комунікаційний процес – це спосіб існування громадянського суспільства, адже неможливо забезпечити ефективний процес формування дієздатного громадянського суспільства без

комунікації. Технологічні досягнення сучасного інформаційного суспільства створили принципово нову ситуацію в політичному спілкуванні; відповідне інформаційне забезпечення є однією з істотних умов формування громадянського суспільства. Процеси політичного громадянського спілкування набувають транснаціонального характеру. Прикладами є організація синхронізованих флешмобів у різних країнах на підтримку України, твіт-шторми з поширенням певних хештегів, підписання інтернет-петицій і под. Наприклад, спільнота "Nechseme Putina v Praze", створена наприкінці листопада 2014 р. чехами у Facebook за лічені години набула популярності поза межами Чехії.

Онлайніві соціальні мережі перетворилися на один із каналів соціалізації особистості у глобальному інформаційному суспільстві; вони є новітнім інструментом соціально-політичної дії. Інформаційна технологізація соціального життя породила якісно нову концепцію громадянського суспільства. Мережеве суспільство є свого роду новим типом громадянського суспільства третього тисячоліття, породженого інформаційно-комунікаційною революцією. Інформація персоніфікує владу, а громадянське суспільство є суспільством "громадської думки", формування й вираження якої перетворюється у засіб завоювання й утримання влади. Формується принципово новий тип політичного спілкування; громадянські ініціативи людей перетворюються на каталізатор діалогу у системі "громадянин – громада – влада".

На нашу думку, соціальні медіа вже сьогодні є важливим інструментом сприяння становленню і розвитку громадянського суспільства (публічні дебати, вільний обмін думками і под.), інструментом мобілізації спільноти для колективних, суспільно значущих дій. Їх можливості як платформи консолідації розрізаних соціальних груп і громадян залежать від широти охоплення ними населення. Завдяки соціальним медіа громадяни отримують ще одну форму захисту й реалізації власних потреб, контролю влади, що у підсумку створює гарантії для функціонування правової держави, формується новий рівень соціокультурної реальності.

Література

1. Даниленко С. І. Громадянський вимір інформаційно-комунікаційної революції: концептуально-теоретичні та політико-прикладні аспекти : автореф. дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.03 / Сергій Іванович Даниленко. — К. : Б.в., 2011. — 36 с.
2. Куцюруба К. О. Вплив сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток громадянської протестної активності [Електронний ресурс] / К. О. Куцюруба // Вісник Київ. міжн. ун-ту (Сер.: "Міжн. відносини"). — 2014. — Вип. 8. — Режим доступу : <http://www.kyumu.edu.ua/vmv/v/p08/08.pdf>
3. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего / М. Маклюэн. — К. : НИКА-Центр, 2004. — 432 с.
4. Моїсєєва Н. Електронна епоха соціальних комунікацій: структурно-діяльнісні трансформації / Н. Моїсєєва // Вісн. Книжкової палати. — 2014. — № 3. — С. 49–52.
5. Морозов Е. Интернет как иллюзия / Е. Морозов. — М. : АСТ: CORPUS, 2014. — 528 с.
6. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горювий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — К., 2013. — 220 с.
7. Шваб М. А. Соціальні медіа у діяльності неурядових організацій: теоретико-прикладний вимір / М. А. Шваб // Гілея. — Вип. 89. — С. 401–405.
8. Palmer A., Koenig-Lewis N. An experiential, social network-based approach to direct marketing / A. Palmer, N. Koenig-Lewis // International Journal of Direct Marketing. — 2009. — №3. — С. 162–176.
9. Zarela D. The Social Media Marketing Book [Electronic resource] / D. Zarela. — Mode of access : http://danzarella.com/Social_Media_Marketing_Book_ch1_3.pdf.

References

1. Danylenko S. I. Hromadyans'kyi vymir informatsiyno-komunikatsiynoyi revolyutsiyi: kontseptual'no-teoretychni ta polityko-prykladni aspekty : avtoref. dys. ... d-ra polit. nauk : 23.00.03 / Serhiy Ivanovych Danylenko. — K. : B.v., 2011. — 36 s.
2. Kutsyuruba K. O. Vplyv suchasnykh informatsiyno-komunikatsiynykh tekhnolohiy na rozvytok hromadyans'koyi protestnoyi aktyvnosti [Elektronnyy resurs] / K. O. Kutsyuruba // Visnyk Kyviv. mizhn. un-tu (Ser.: "Mizhn. vidnosyny"). — 2014. — Vyp. 8. — Rezhym dostupu : <http://www.kyumu.edu.ua/vmv/v/p08/08.pdf>
3. Maklyuen M. Halaktyka Hutenberha: stanovlenye cheloveka pechatayushcheho / M. Maklyuen. — K. : NYKA-Tsentr, 2004. — 432 s.
4. Moisyeyeva N. Elektronna epokha sotsial'nykh komunikatsiy: strukturno-diyal'nisni transformatsiyi / N. Moisyeyeva // Visn. Knyzhkovoyi palaty. — 2014. — # 3. — S. 49–52.
5. Morozov E. Internet kak illyuziya / E. Morozov. — M. : AST: CORPUS, 2014. — 528 s.
6. Sotsial'ni merezhi yak chynnyk rozvytku hromadyans'koho suspil'stva : [monohrafiya] / [O. S. Onyshchenko, V. M. Horovyv, V. I. Popyk ta in.]; NAN Ukrayiny, Nats. b-ka Ukrayiny im. V. I. Vernads'koho. — K., 2013. — 220 s.
7. Shvab M. A. Sotsial'ni media u diyal'nosti neuryadovykh orhanizatsiy: teoretyko-prykladnyy vymir / M. A. Shvab // Hileya. — Vyp. 89. — С. 401–405.
8. Palmer A., Koenig-Lewis N. An experiential, social network-based approach to direct marketing / A. Palmer, N. Koenig-Lewis // International Journal of Direct Marketing. — 2009. — №3. — С. 162–176.
9. Zarela D. The Social Media Marketing Book [Electronic resource] / D. Zarela. — Mode of access : http://danzarella.com/Social_Media_Marketing_Book_ch1_3.pdf.