

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

УДК 32.019.51

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.41.13>

МОБІЛІЗАЦІЙНИЙ ТА МАНІПУЛЯТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В ГЛОБАЛЬНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ПРОСТОРИ

Світлана Внучко

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка
філософський факультет, кафедра політології
вул. Володимирська, 60, 01033 м. Київ, Україна*

Віктор Теремко

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка
філософський факультет, кафедра політології
вул. Володимирська, 60, 01033 м. Київ, Україна*

Олена Половко

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка
філософський факультет, кафедра політології
вул. Володимирська, 60, 01033 м. Київ, Україна*

У статті розглядається мобілізаційний та маніпулятивний потенціал соціальних медіа в глобальному політичному просторі. Авторами надається концептуальне осмислення ролі та значення соціальних медіа в функціонуванні сучасного глобального політичного простору, зокрема зазначається, що традиційні медіа поступово витісняються новими (електронними), що викликає зміни у способах отримання політичної інформації та її якості, позначається на ставленні до політичних подій та процесів, особливостях політичної культури та моделях політичної поведінки учасників комунікації. Вже сьогодні соціальні мережі продемонстрували мобілізаційний потенціал самоорганізації громадянського суспільства, трансформації політичної активності з віртуальної в реальну.

Акцентується увага на тому, що «популярність» соціальних медіа пов'язана не лише з технічними параметрами, а й з феноменом нової соціальної організації суспільства: учасники інтернет-комунікації не розділені відстанями, політичними кордонами чи мовними бар'єрами. Зазначається, що розвиток соціальних медіа спричинив виникнення нового терміну «нетократія», що розкриває новий різновид влади, джерелом та інструментом якої стають інформація та мережеві технології.

Однак соціальні медіа не завжди мають виключно позитивний вимір для суспільства. Стрімке поширення інтернет-технологій породжує й проблемні питання. Значна кількість дослідників зазначають, що поряд з демократичністю та плюралізмом соціальні медіа здатні формувати нові форми соціального примусу та прихованої маніпуляції. Історія дає нам багато прикладів, коли передові досягнення дуже швидко перетворювалися на зброю виступають інструментом і платформою для маніпулятивного впливу в умовах інформаційних і гібридних війн, розповсюдження неякісної інформації, розпалення протистоянь у суспільстві.

У підсумку доводиться, що стрімка інформатизація всіх сфер людського життя наприкінці ХХ-го початку ХХІ-го століття сприяла не тільки створенню і розвитку інноваційних способів подання, зберігання і пошуку інформації, а й формуванню нового унікального соціокультурного та лінгвістичного середовища, що формується за допомогою швидкого розвитку мережі Інтернет.

Характерна для такого середовища оперативність, полілогічність та відсутність обмежень надає соціальним медіа істотні переваги та робить їх, водночас з наявним значним переліком переваг для сучасного суспільства, полем застосування маніпулятивних технологій.

Ключові слова: соціальні медіа, маніпулятивні впливи, мобілізація, глобальний політичний простір.

Постановка проблеми. Глобалізація і трансформація систем масової комунікації, які відбуваються протягом останніх десятиліть, дають підстави стверджувати про зростання впливу соціальних медіа на політичні процеси в суспільстві. Вільний доступ до мережі сприяє тому, що кожен з нас може спостерігати й обговорювати політичну ситуацію чи подію, яка відбувається у реальному часі на тому чи іншому континенті. Особливим аспектом діяльності соціальних медіа як складової сучасної публічної політики є те, що за допомогою них громадяни мають можливість спілкуватися, відстоювати власні позиції, здійснювати оцінку окремих політичних подій та персоналій, долучатися до політичних обговорень тощо. Таким чином, сьогодні соціальні медіа характеризуються високим рівнем залученості учасників, які мають можливості не лише споживати, а і створювати чи змінювати контент інформаційних потоків.

Ще 30 років тому американські футурологи Дж. Несбітт і П. Ебурдін зазначали, що інформаційно-комунікаційні технології істотним чином підтримують і розвивають демократичні процеси навіть в умовах авторитарних систем, і що в умовах, коли комп'ютер розширив могутність особистості, громадяни можуть більш ефективно стежити за діями своїх урядів, ніж уряди можуть стежити за діями громадян. Дослідники прогнозували те, що в міру розвитку інформаційно-комунікаційних технологій сучасне суспільство перейде від представницької демократії до демократії участі, у рамках якої найважливіші рішення, що стосуються життя громадян, будуть прийматися в інтерактивному режимі шляхом залучення до обговорення і прийняття рішень широких верств населення, комунікуючих між собою і з владою з різних питань [1, с. 36].

Одночасно, варто враховувати, що інформаційний простір і глобальний вплив інтернету на наше життя сприяють тому, що в сучасному світі практично кожен індивід піддається новим видам інформаційної маніпуляції: впливу на людину за допомогою програмування її поведінки. Маніпулювання завжди спрямоване на психічні конструкти людини, зазвичай здійснюється потай, маючи на меті зміну думок, переконань і цілей людей у потрібному маніпулятору напрямі. І, перш за все, такий маніпулятивний аспект соціальних медіа проявляється в політичній сфері. Так, згідно висновків американських дослідників, у 2019 році було знайдено докази організованих маніпуляцій із використанням соціальних медіа у 70 країнах, тоді як у 2018 таких країн було лише 48, а у 2017 – 28 [2, с. 15].

Такі події, як перемога Д. Трампа на президентських виборах у США у 2016 р., В. Зеленського на виборах в Україні 2019 р., прихід до влади Ж. Болсонару в Бразилії, перемога іспанської політичної партії “Помтдеймос” на виборах до Європарламенту, витік даних Facebook і Cambridge Analytica на президентських виборах у США 2016 р., Twitter-кампанія США у Венесуелі, доводять те, що соціальні мережі стали інноваційним інструментом цифрової політики та змінили форму сприйняття політичних процесів [3]. Таким чином, актуальність обраної теми обумовлена загальною спрямованістю на дослідження соціальних медіа як соціокультурного феномену, їх мобілізаційного та маніпулятивного аспекту в глобальному політичному просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Одночасно із розвитком соціальних медіа, відбувається наукове осмислення цього явища. Проблема дослідження мережевого суспільства є предметом вивчення багатьох західних учених: Кастельса М., Белла Д.,

Турена А., Тоффлера А., Гелбрейта Дж. Була С.П., Свідерська О.І., Зима О., Присяняк О. досліджують маніпулятивну складову соціальних мереж. Лясота, Л., Третяк О.В., Фролова Н.В. вивчають вплив соціальних мереж на функціонування та розвиток публічної сфери політики. Однак дослідження мобілізаційного та маніпулятивного потенціалу соціальних медіа потребує істотного розширення в межах глобального політичного простору.

Мета статті полягає у проведенні аналізу мобілізаційного та маніпулятивного потенціалу соціальних медіа в глобальному політичному просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток інформаційних технологій в кінці ХХ – на початку ХХІ століття сприяв не лише змінам у національному та глобальному інформаційному просторі – інтенсифікації виробництва нової інформації, створенню принципово нових способів її зберігання, пошуку і подання, але і виникненню нового культурного, мовного, інформаційного середовища, нової соціокультурної реальності, що формується і стрімко розвивається з розширенням сфер впливу сучасних засобів комунікації.

Масштаби кількісного охоплення комунікативними сервісами стали дійсно глобальними, про що свідчать аудиторії соціальних мереж, які налічують сотні мільйонів користувачів з усього світу. Статистичні дані свідчать, що соціальні медіа стали найпопулярнішою складовою сучасного Інтернету, якими у світі нині користуються понад 4,2 млрд осіб. Лише протягом 2020 року ця цифра зросла на 490 мільйонів, забезпечуючи зростання в річному обчисленні більш ніж на 13%. Станом на січень 2021р. кількість користувачів соціальних мереж була еквівалентна понад 53% населення світу [4]. Близько 78% людей довіряють повідомленням із соціальних мереж, і значно менший відсоток – традиційним джерелам інформації та реклами. Українці також є активними користувачами соціальних мереж. За даними компанії GlobalLogic (із посиланням на результати власного дослідження, проведеного на базі відкритих даних), з початку 2020-го до початку 2021 року українська аудиторія соціальних мереж збільшилася на сім мільйонів осіб. На початку 2020 року в Україні було 19 мільйонів користувачів, у 2021 році цифра досягла 26 мільйонів. Водночас проникнення соцмереж зросло наполовину: наразі у них зареєстровані 60 відсотків населення країни, тоді як у січні 2020 року було трохи більше ніж 40 відсотків. Кількість українців в Instagram у 2021 році становить 14 млн, у Facebook – 16 млн. Найпопулярнішою соцмережею залишається YouTube з охопленням 96% користувачів в Україні. У середньому на ньому українці проводять майже 40 хвилин на день. Також зросла на 2 млн кількість українських інтернет-користувачів і на початку 2021-го становила майже 30 млн, тобто приблизно 67% населення країни – це на 33% більше, ніж у 2019 році [5].

Соціальних медіа стали головним джерелом інформації, спілкування та ділової активності для більшості користувачів Інтернет. Потенціал та роль соціальних медіа в політичному просторі продовжують зростати. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікативних технологій призвів до народження у сучасному суспільстві поняття «революція соціальних медіа», яке включає в себе наступні напрямки: зростання ролі Інтернет ресурсів в соціальних комунікаціях; збільшення популярності і авторитетності соціальних мереж; швидке зростання віртуального on-line спілкування.

Традиційні медіа поступово витісняються новими (електронними), що викликає зміни у способах отримання політичної інформації та її якості, позначається на ставленні до політичних подій та процесів, особливостях політичної культури та моделях політичної поведінки учасників комунікації. Вже сьогодні соціальні мережі продемонстрували мобілізаційний потенціал самоорганізації громадянського суспільства, трансформації політичної активності з віртуальної в реальну (феномен мережевих, твітерних революцій). До нових медіа належать соціальні медіа, які науковці характеризують як «вид мас-медіа, онлайніві

технології, завдяки яким споживачі контенту через свої дописи стають його співавторами та можуть взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією або брати участь у будь-якій іншій соціальній активності з іншими користувачами сервісу [6, с. 291].

Водночас практика свідчить про те, що інтернет-сервіси можуть бути не просто технологічною платформою для нових форматів масової комунікації, але й надзвичайно ефективним інструментом соціальної самоорганізації та мобілізації. Саме розвиток соціальних медіа та поява так званого мережевого суспільства зумовили безпрецедентний вплив й на розгортання протестних рухів кінця ХХ- початку ХХІ ст., спрямованих на захист громадянських прав і свобод. Найперше це стосується пострадянських країн, таких як Білорусь, Киргизстан, Вірменія, а також країн Азії й Північної Африки – Тунісу, Єгипту, Ємену, Лівану тощо.

В Україні цей новий складник сучасної революції мав найбільш масштабний вияв під час Євромайдану та Революції Гідності, коли 21 листопада 2013р. в мережі «Фейсбук» пролунав заклик вийти на протест проти режиму Януковича. Завдяки цьому виникла хвиля протестних акцій не лише всередині України, а й у середовищі української діаспори.

Сполучені Штати та країни Західної Європи залишаються джерелом інновацій і «двигуном» розвитку новітніх інформаційно-комунікативних технологій.

Соціальні медіа користуються надзвичайно високим рівнем довіри з боку аудиторії (в середньому у декілька разів більшим, ніж традиційні ЗМІ та реклама). Так, дані дослідження «Медіаспоживання та аналіз аудиторії ЗМІ в Україні, Молдові та Грузії», проведеного Фондом Thomson Reuters у межах проєкту «Підтримка незалежних медіа у країнах Східного партнерства», свідчать, що два найпопулярніші джерела інформації в Україні – пошукові системи та соціальні медіа, які потіснили телебачення. Щотижня 80% опитуваних використовують пошукові системи, а 72% – соціальні мережі або інформаційні онлайн-видання (70%). Двоє з трьох респондентів (67%) переглядають телевізійні програми щонайменше раз на тиждень. Лише третина (32%) слухає новини по радіо, а ще менше читає газети (23%) [7].

Де українці беруть новини хоча б один раз на тиждень?

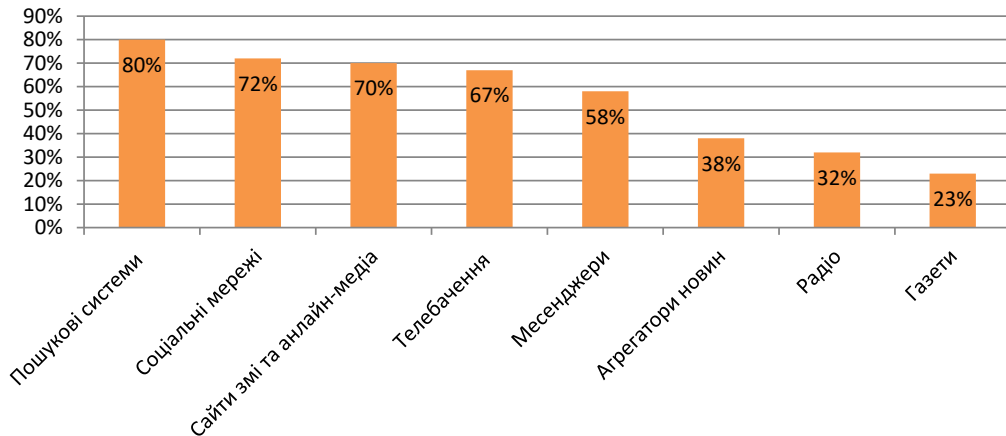


Рис. 1

Джерело: результати дослідження Фонду Thomson Reuters. <https://epim.trust.org/>

Розвиток соціальних медіа спричинив виникнення нового терміну «нетократія» (від англ. Network – мережа, співтовариство), що розкриває «новий різновид влади, джерелом та інструментом якої стають інформація та мережеві технології» [8, с. 25]. Цей феномен описують у праці «Нетократія. Нова еліта та життя після капіталізму» Я. Содерквіст та О. Бард. Автори вважають, що нетократія змінює капіталізм. Той, хто здатний використовувати інформаційні мережі та опанувати нові форми комунікації, будуть контролювати фінанси та законодавство, формуючи нову ділову та політичну еліту [9].

На жаль, соціальні медіа не завжди мають виключно позитивний вимір для суспільства. Стрімке поширення інтернет-технологій породжує й проблемні питання. Значна кількість дослідників зазначають, що поряд з демократичністю та плюралізмом соціальні медіа здатні формувати нові форми соціального примусу та прихованої маніпуляції. Історія дає нам багато прикладів, коли передові досягнення дуже швидко перетворювалися на зброю виступають інструментом і платформою для маніпулятивного впливу в умовах інформаційних і гібридних війн, розповсюдження неякісної інформації, розпалення протистоянь у суспільстві. М. Лашкіна також вказує на певну небезпеку нетократії: вона «має можливість створення паралельної, віртуальної реальності, маніпуляцій відомістю; характеризується втратою приватності, що стає загрозою для національної безпеки держав та знецінення демократичних цінностей» [10, с. 436].

Фахівці у сфері масових комунікацій за результатами аналізу читання, коментування і посилення на публікації у соціальних медіа стверджують, що формування інформаційного середовища кожного учасника визначається феноменом егокастингу, коли людина свідомо чи несвідомо добирає саме ті джерела інформації (людей, медіа), які поділяють або пропагують близькі та комфортні для неї цінності або погляди. Американська дослідниця Ребекка Блад відзначає, що таким чином, утворюється своєрідні захисні кокони, «камери відлуння», в яких користувачі самостійно групуються в невеликі колективи зі схожими поглядами, що уможливує перебування людини в зоні інформаційного та емоційного комфорту. Фактично люди, які дотримуються певної політичної точки зору, читають матеріали, що лише підкріплюють їхню віру та ідеї [11]. Так, у блогосфері дослідники виділяють чітко означені кластери блогерів, зосереджених на обговоренні політичних питань з певної політичної точки зору, які посиляються на ідеологічно дружні ЗМІ, а також на блогерів з тими ж політичними переконаннями, причому вони не посиляються на безпосередньо опонентів, навіть для того, щоб вступити в прямі дискусії.

Важливим також є той факт, що незважаючи на недосконалість YouTube, Twitter та Facebook у питанні передачі достовірної інформації чи отримання неупередженої картини подій, соціальні мережі залишаються одним із найпотужніших засобів розповсюдження власної версії історії, можливості створювати власний наратив, розповідати власну правду або ж маніпулювати політичною свідомістю чи змінювати хід політичної гри, впливаючи на глобальну міжнародну думку.

Висновки. Соціальні медіа сьогодні виступають вагомою альтернативою традиційним ЗМІ у виробленні та поширенні різноманітної інформації. Сфера політичних відносин не стала винятком: соціальні мережі оптимізують та покращують звичайний інструментарій комунікативних технологій в політиці, робить його здатним швидко реагувати на виклики часу, які постають перед суспільством. Соціальні мережі значною мірою сприяють мобілізації широкої аудиторії, підвищуючи рівень активності. В той же час, вже наявний досвід підтверджує, що соціальні мережі можуть бути інструментом здійснення політичних маніпуляцій: поширення неправдивої інформації, дезінформації та пропаганди, що її використовують уряди та окремі особи.

Список використаної літератури

1. Нэсбитт Дж., Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции: год 2000. Москва : Республика, 1992. 415 с.
2. Bradshaw S., Howard P.N. Global inventory of organized social media manipulation. The Computational Propaganda Project at the Oxford Internet InstitutenUniversity of Oxford. University of Oxford, 2019. 23 p.
3. Дорош Л., Копей Ю. Особливості залучення соціальних мереж у діяльність органів державної влади (на прикладі США та України). *Гуманітарні візії*. Вип.6 № 1, 2020. С. 7–13.
4. Digital 2021: Global Overview Report, 27 January 2021. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
5. GlobalLogic, компанія Hitachi Group За рік карантину кількість українських користувачів в соцмережах зросла на 7 млн і досягла 60% населення країни. URL: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-media-during-quarantine/>
6. Чорний В. Нові соціальні медіа та соціальні мережі в освітньому процесі. *Збірника наукових праць "Військова освіта"*. № 1 (37), 2018. С. 286–295.
7. The Eastern Partnership Independent Media Project. Audience perceptions to independent media in Ukraine, Georgia and Moldova. URL: <https://epim.trust.org/>
8. Новітня політична лексика (неологізми, okazіоналізми та інші новотвори) / І.Я. Вдовичин, Л.Я. Угрин, Г.В. Шипунов та ін. ; за заг. ред. Н. М. Хоми. Львів : «Новий Світ – 2000», 2015. 492 с.
9. Содерквіст Я., Бард О. Нетократія. Нова еліта та життя після капіталізму. 2008. URL: <https://www.rulit.me/books/netokratiya-read-124507-1.html>
10. Лашкіна М. Нетократія. Політологія: навч. енцикл. слов.-довід. для студ. вищ. навч. закл. I–IV рівнів акредитації ; за наук. ред. Хоми Н. М. В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін. Львів : Новий Світ – 2000, 2014. 436 с.
11. Blood Rebecca The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog. Ingram Publisher Services, 2002, 256 p.

THE MOBILIZING AND MANIPULATIVE POTENTIAL OF SOCIAL MEDIA IN THE GLOBAL POLITICAL SPACE

Svitlana Vnuchko

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Faculty of Philosophy, Politology Department
Volodymyrska str., 60, 01033, Kyiv, Ukraine*

Viktor Teremko

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Faculty of Philosophy, Politology Department
Volodymyrska str., 60, 01033, Kyiv, Ukraine*

Olena Polovko

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Faculty of Philosophy, Politology Department
Volodymyrska str., 60, 01033, Kyiv, Ukraine*

This article aims to examine social media's mobilizing and manipulative potential in the global political space. The authors provide a conceptual understanding of the role and importance of social media in the modern global political space and note that traditional media are gradually being replaced by new (electronic) media. This causes changes in the ways of obtaining political information and its quality, affects the attitude to political events and processes, and determines the features of political culture and patterns of the political behavior of communication participants. Already today, social networks have demonstrated the mobilizing potential of the self-organization of civil society and the transformation of political activity from virtual to real one.

The article emphasizes that the "popularity" of social media is related to technical parameters and the phenomenon of the new social organization of society: participants in Internet communication are not separated by distances, political borders, or language barriers. It is noted that the development of social media has given rise to a new term "netocracy", which reveals a new kind of power, the source, and tool of which are information and network technology.

However, social media does not always have an exclusively positive dimension for society. The rapid spread of Internet technologies also raises problematic issues. Many researchers note that together with democracy and pluralism, social media is able to form new forms of social coercion and covert manipulation. History gives us many examples when advanced achievements very quickly turned into weapons and serve as a tool and platform for manipulative influence in information and hybrid wars, the dissemination of poor quality information, inciting confrontation in society.

As a result, the rapid informatization of all spheres of human life in the late twentieth and early twenty-first century has contributed not only to the creation and development of innovative ways of presenting, storing and retrieving information but also to the formation of a new unique socio-cultural and linguistic sphere. The efficiency, polylogicality and lack of restrictions that are characteristic of such a sphere provide social media with significant advantages and make them a field of application of manipulative technologies.

Key words: social media, manipulative influences, mobilization, global political space.