

Касперович О.Ю.
гол. економіст ІЕП НАН України, Панькова О.В.
pankovaiep@gmail.com
к.соц.н., доц., доцент кафедри соціології
факультету управління персоналом, психології та соціології
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» м. Київ, Україна

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В СИСТЕМІ КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ

В сучасному суспільстві важливість комунікацій важко переоцінити. Саме інформаційно-комунікаційні технології та механізми розвиваються найбільш швидкими темпами, створюючи принципово нове цілісне середовище соціальної взаємодії. Розвиток сучасного суспільства нерозривно пов'язаний із процесами комунікації, які вирішальним чином впливають на темпи й напрями цього розвитку. Процеси глобалізації та інформатизації, які супроводжуються зростанням обсягів інформаційних потоків та інтенсивності інформаційних обмінів, актуалізували протягом останніх десятиліть значення ефективної комунікаційної взаємодії [3]. Зростають обсяги інформації, що передається та обробляється, змінюються канали комунікації, швидко розвиваються соціальні мережі, які поступово формують принципово новий інформаційно-комунікативний простір взаємодії між людьми. Відповідним чином зростає роль комунікацій в політичних процесах, в системі управління, зокрема – в процесах урядування, розробки та прийняття відповідних рішень щодо розвитку суспільства, сфери соціально-трудова відносин, взаємодії на рівні територіальних спільнот.

Відносно новим інструментом, фактором зміни «ландшафту» соціальних комунікацій між людьми, між колективними суб'єктами, між владою та суспільством, став бурхливий розвиток соціальних медіа, насамперед – соціальних мереж. Нові медіа включають різноманітну за формою інтерактивну медіапродукцію (послуги), що поширюється через мережу Інтернет і наділена комунікаційними властивостями. Тому виступає одночасно як мас-медіа, і як засіб соціальної комунікації. Завдяки бурхливому розвитку соціальних мереж у національному інформаційно-комунікативному просторі суспільна активність розвивається не тільки у сфері пошуку й використання інформації, але зростає також і процес виробництва нових інформаційних ресурсів різного призначення. На основі вивчення сучасного медіаринку нові медіа можна класифікувати як 1) професійні інтернет-ЗМІ (інтернет-видання: онлайн газети, журнали, сайти інформаційних агенцій, сайти новин, групи новин; інтернет-телебачення, інтернет-радіо); 2) онлайніві ігри та віртуальні світи; 3) соціальні медіа (соціальні мережі, блоги, медіахостинги, інтернет-енциклопедії тощо). Пошукові системи також стають соціальними, через це окремі фахівці відносять їх до складу соціальних медіа. «Яндекс» і «Google» користуються цим для ранжирування видачі результатів пошуку. Месенджери («Skype», «Viber», «WhatsApp», «Snapchat») також поступово перетворюються на нові соціальні мережі на базі засобів мобільного зв'язку [1].

Дослідження феномену соціальних медіа та їхнього впливу на соціальні процеси потребує міждисциплінарного підходу, але вже зараз є очевидним, що вибухоподібне зростання їхньої популярності та кількості учасників роблять соціальні мережі вкрай важливим елементом сучасного комунікаційного простору суспільства, в тому числі і в сфері взаємодії держави та громадськості (влади та суспільства).

На сьогодні соціальні мережі зарекомендували себе як ефективний інструмент інформаційних, зокрема, політтехнологічних впливів на суспільну свідомість, на громадську активність, відкриваючи водночас нові можливості впливу особи на суспільство, на владу, а також забезпечення прозорості відносин влади і громадян, створення нових моделей їхнього партнерства

[5, с. 23, 43, 83] або навпаки – протистояння. Проте значна кількість інформації, що генерується, є неякісною, недостовірною, або навіть шкідливою та спрямованою на загострення існуючих в суспільстві проблем, протиріч та конфліктів, на роз'єднання соціального цілого.

Сучасний стан інформаційно-комунікативної взаємодії влади і суспільства в Україні не є задовільним. Дослідники відзначають наявність у суспільстві двох паралельних монологів – влади і громадян, автономне існування яких віддаляє перспективу їхнього конструктивного діалогу. Організація діалогу між владою і громадянами, поза сумнівом, є складним процесом, проте його постійне ініціювання обома сторонами є необхідним для поступового формування громадської думки про основні механізми, форми і методи досягнення суспільно-політичного консенсусу, соціальної солідарності та інтеграції суспільства [2].

В умовах актуалізації нових викликів інформаційно-комунікаційного простору, дієвим, адекватним та комплексним інструментарієм державного управління виступає система стратегічних комунікацій [4, с. 34]. Одним із значущих інструментів її втілення в життя є соціальні мережі, які дозволяють сформувати та реалізувати новий підхід до організації спілкування органів влади із суспільством, який може забезпечити підвищення ефективності процесів з надання державних послуг фізичним і юридичним особам, можливість отримання ними державних онлайн-послуг без спілкування з посадовцями. Це дозволяє суттєво економити час та фінансові ресурси громадян і держави, зниження рівня корупції за рахунок забезпечення прозорості взаємодії, надає можливість створення спільнот громадян за інтересами в різних сегментах взаємодії з державним апаратом та ін.

Соціальні медіа через соціальні мережі стають важливим каналом, структурним елементом системи розвитку електронного врядування як складової формування громадянського суспільства. За умов цілеспрямованого та конструктивного використання можливостей, які надають соціальні мережі, напрацьовуються інформаційні ресурси та комунікаційні канали, що можуть суттєво підвищити ефективність урядування. Планомірна робота в соціальних мережах, зокрема, дозволяє здійснювати [5, с. 94, 46]:

- відстеження громадської думки щодо проголошених реформ чи важливих для суспільства нормативних документів, а також виявляти потреби в тих чи інших установчих та нормативно-правових документах;
- поліпшення зв'язків між різними державними установами та окремими державними службовцями, підвищення оперативності взаємодії;
- впровадження сервісів, орієнтованих на інформаційне наповнення не лише державними службовцями, а й громадянами із суспільно важливих питань;
- створення системи представлення державної статистичної інформації для широкої громадськості на основі простіших та максимально візуалізованих статистичних сервісів;
- вироблення нормативно-правової бази та підходів до надання послуг державою з можливістю оперативної їх трансформації залежно від реальних потреб громадян.

Соціальні мережі є тим сегментом інформаційного процесу, який в значній мірі впливає на стан масової свідомості, формує суспільну думку, тому може як позитивно впливати і зміцнювати соціальне ціле, так і навпаки, шкодити йому, роз'єднувати, аномізувати. При виваженій і гнучкій державній інформаційній політиці можливо забезпечити позиціонування держави як гравця в інформаційному просторі, що здатний впливати та зміцнювати інформаційну безпеку держави, дбати про національні інтереси її громадян. Адже соціальні мережі можуть виступати каналами, що спрямовані на зміцнення духовно-культурних засад суспільства, партнерства та соціального діалогу між суб'єктами соціальних відносин (державо-влада-бізнес-громадянське суспільство) в різних сферах життєдіяльності, сприяти згуртуванню нації тощо. Особлива роль тут відводиться таким соціальним інститутам, як вітчизняні мас-медіа (саме об'єктивна, якісна журналістика), наука і освіта.

На сьогодні ж вкрай недостатньо залучається і використовується потенціал соціальних мереж як ефективного інструменту мобілізації творчого потенціалу українського суспільства, джерела оновлення національних інформаційних ресурсів, інформаційно-комунікаційних

каналів взаємодії громадянського суспільства і сучасної державності в Україні в умовах глобальної інформатизації. Держава фактично не дбає про конкурентоспроможність якісних інформаційних продуктів у вітчизняному інформаційному просторі. І особливо, як показує практика, усі ці процеси характерні для соціальних мереж, у яких практично не проявляється відповідна державна політика, державний інтерес [5, с. 5, 7, 29].

Зазначені вище проблеми пов'язані із специфічними рисами комунікації в соціальних мережах, які необхідно враховувати в комунікативних стратегіях взаємодії влади та суспільства на засадах соціального діалогу. Основними серед цих рис є:

- «горизонтальність» комунікації. Якщо до останнього часу використання інформаційних технологій у формуванні системи соціальних комунікацій і масштабів їх впливу на формування суспільної свідомості задавали вертикально інтегровані та підпорядковані центри керівництва і координації, то ініціатива й правила гри під час використання електронних соціальних комунікацій переходять до рівнозначних у соціальних вимірах учасників цього способу обмінів, тобто соціальні мережі в певному сенсі фактично урівнюють учасників спілкування;

- приватність та персоніфікованість спілкування. Стимулом для спілкування в соціальних мережах є, в першу чергу, не потреби, пов'язані з необхідністю задоволення запитів функціонування й розвитку суспільства, членом якого є той чи інший індивід, а його власні мотиви, бажання, захоплення, що лише опосередковано співвідносяться із суспільними інтересами;

- низький рівень нормативно-правової регульованості цих комунікацій, на сьогодні соціальні мережі є засобами інформаційних обмінів найменш контрольованими правовою системою суспільства. Соціальні мережі вперше стали засобами обміну інформацією між людьми, контроль за змістом якої з боку держави є в правовому та техніко-технологічному плані суттєво обмеженим.

Підсумовуючи, можна зазначити, що держава та органи державної влади різного рівня повинні більш активно входити до мережевої комунікаційної сфери, що має найти відповідне відображення у реалізованих ними комунікаційних стратегіях взаємодії з громадськістю. Найбільш адаптованими цифровими платформами для цього виступає частина соціальних медіа – Facebook — найбільша у світі соціальна мережа, сервіси для обміну й поширення мультимедійного контенту: відео (YouTube, Vimeo); фото (Instagram, Flickr); аудіо (Last.fm, Spotify, Myspace); посилання і новини (Delicious, Digg, Pinterest, Flipboard); потокове відео (Ustream.tv); документи (SlideShare, Calameo) [1]. Також ефективний розвиток мережевої комунікаційної сфери може здійснюватися через сервіси обговорень та обміну досвідом, які дозволяють залишати коментарі, рекомендації й відгуки щодо бізнесу, управління, урядування тощо, здійснювати колективні обговорення, обмін знаннями та досвідом: бізнес-рев'ю (Yelp.com, Customer Lobby); сервіси колективних обговорень — форуми, Q&A-сервіси (Wiki Answers, Yahoo! Answers, Google Answers, Askville, Quora).

Отже, необхідно розробляти та впроваджувати ефективні механізми використання державою та органами державної влади можливостей, які надають соціальні медіа та соціальні мережі для налагодження зв'язку із громадськістю, мережевими спільнотами та інститутами громадянського суспільства.

Використана література:

1. Григорова З.В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору / З. В. Григорова // Технологія і техніка друкарства. – 2017. – Вип. 3. – С. 93–100. Режим доступу: http://tdruk.vpi.kpi.ua/article/view/115905/pdf_60.

2. Кучабський О.Г. Довіра до органів публічної влади як ключовий фактор ефективності системи державного управління / О. Г. Кучабський, С. С. Погорелий // Публічне управління: теорія та практика. – 2013. – Вип. 1. – С. 103–108.

3. Михайловська О. В. Місце комунікаційної взаємодії в системі публічного управління // Взаємозв'язок політики і управління: теоретичний і прикладний аспект: матеріали круглого столу / за заг. ред. С.О. Шевченка. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2017. – С. 114–115.

4. Сивак Т. Аналіз передумов становлення системи стратегічних комунікацій в державному управлінні / Т. Сивак // Актуальні проблеми державного управління. – 2016. – Вип. 4. – С. 33–38.

5. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства: [монографія] / [О.С. Онищенко, В.М. Горовий, В.І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського . – К., 2014. – 260 с.

Невельська-Гордєєва О.П.
neveelena@gmail.com

кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії
НЮУ імені Ярослава Мудрого
м. Харків, Україна

СТВОРЕННЯ АЛТЕРНАТИВНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ МАС-МЕДІА

Терміни «паралельний всесвіт» й «альтернативна реальність», як правило, є синонімами і можуть бути використані як взаємозамінні. В суспільній свідомості з давнини існують міфи, які створюють альтернативну реальність. З ХХ століття, коли засоби масової інформації (ЗМІ) займають все більше місце в соціальному житті суспільства, стають «четвертою неформальною гілкою публічної влади» [3], міфотворчість як створення паралельного всесвіту набула надзвичайно широких можливостей. За радянські часи ЗМІ створювали міф єдності партії та народу, щасливого життя трудівників, одностайної підтримки народом планів партії [2, 227-300]. В ЗМІ ХХІ століття можливості міфотворчості стали ще більше в зв'язку з поширенням інтернету.

В суспільних науках вводиться термін «фейк», під яким розуміють фальсифікацію, фальшивку, підробку, ситуацію, коли одне видається за щось інше; «fake news» – дезінформація, хибна, помилкова інформація. Отже, фейкові новини можна визначити як інформаційний продукт, у складі якого частково або повністю відсутня правдива інформація. Ряд журналістів та філософів розглядає термін «фейкові новини» як синонім поняття «газетна качка», однак є точка зору, що це різні поняття, бо, якщо «газетні качки» поширювалися в жовтій пресі як скандальна інформація, то фейкові новини з'являються в сучасних респектабельних ЗМІ як альтернативна реальність.

Спочатку саме слово «фейк» в англійській мові вживалося як сленгове, використовувалося виключно в кримінальному середовищі для опису виробництва чогось фальшивого – грошей або документів. Зі зростанням кількості неправдивих повідомлень та новин в засобах масової інформації (ЗМІ) ситуація змінилась: термін фейк перейшов в соціальний та політичний лексикон, й сьогодні спеціалісти з медіа пропонують класифікації фейків за різними підставами (наприклад, [4, 184–188]).

Англійське видання BBC зазначає, що в 2017 р., в порівнянні з 2016 р., частота використання цього поняття зросла на 365%. Виходячи з даних Google Trends в 2018 році інтерес користувачів інтернету до терміну «фейк ньюс» зріс ще більше, ніж в попередньому році. Фейк ньюс може виступати як подача суспільних новин, або наукових повідомлень, можуть бути вказівки на неіснуючі міста і країни на картах, неправдиві повідомлення про смерть відомих співачок або популярних акторів тощо. З'являються в мережі фейковий інтернет-сторінки, що публікують фейкові новини. Наприклад, фейкова інтернет-сторінка Guardian повторювала візуальне оформлення сайту британської газети Guardian, проте її адресу відрізняла від URL сайту газети одна літера – латинська «i» в адресі була замінена на букву «l», яка використовується, наприклад, в турецькому алфавіті. Господар Білого дому Дональд Трамп неодноразово аргументовано звинувачував журналістів у публікації матеріалів, які не відповідають дійсності, і в тому, що журналісти дають посилання на неіснуючі джерела. У січні 2018-го року президент США Дональд Трамп навіть назвав лауреатів власної премії «фейкова новина року», в список номінантів якої потрапили 11 інформаційних американських видань.

Для залучення уваги до фейкових наукових досліджень, група англійських учених поставили експеримент: протягом року вони писали статті, в яких висвітлювалися неіснуючі дослідження [1]. Джеймс Ліндсі, Хелен Плакроуз і Пітер Богоссян зізналися, що протягом року з серпня 2017 по серпень 2018 р навмисно писали «абсолютно безглузді і навіть відверто абсурдні наукові статті в різних областях соціальних наук, щоб довести: ідеологія в цій сфері да-