

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОЛІТИЧНОМУ ПРОЦЕСІ

Актуальність проблеми. У сучасному світі мережа Інтернет становить собою абсолютно нову комунікативну середу зі своїми специфічними особливостями. Ступінь розвитку, популярності та поширеності Інтернету дозволяє говорити про значущість цього каналу комунікації. Активно проникаючи до політичної сфери, нові інформаційно-комунікаційні технології можуть якісно змінити «старі» уявлення, настанови, стереотипи і моделі взаємовідносин між політичними інститутами і індивідами.

Мета статті: визначити яку роль відіграють соціальні мережі в процесі політичної комунікації за сучасних умов розвитку суспільства.

Виклад основного матеріалу.

Під соціальною мережею ми будемо розуміти інтерактивний багатокористувачський веб-сайт, контент якого наповнюється самими учасниками мережі. Сайт становить собою автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом. До них належать і тематичні форуми, особливо галузеві, які активно розвиваються останнім часом. Зв'язок здійснюється за допомогою веб-сервісу внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями[1]. В. Сазонов під соціальною мережею розуміє безліч акторів (агентів), які можуть вступати в соціальну взаємодію один з одним [2].

Появившись не так давно, соціальні мережі активно ввійшли в життя суспільства, в усі його сфери: у політиці (вони розглядаються як значущі транснаціональні політичні актори), в економіці (як потужний і ефективний канал комунікації між брендами і споживачами), у релігії (посилаючи діалог усередині конфесій і між ними), у культурі (роблячи майданчики культурного обміну набагато більш доступними, а у сфері дозволяючи вони завоювали лідируюче становище) і в першу чергу у сфері повсякденного спілкування, пронизуючи весь соціальний простір життя суспільства, особливо у великих містах і серед молоді. Вони стають найважливішим соціальним інструментом [3].

Соціальні мережі виконують одну з найважливіших для соціуму функцій – комунікативну. Прагнення до спілкування консолідує широку аудиторію на певному ресурсі. У зв'язку з великим обсягом залучених користувачів можна вважати цю середу досить потужним інструментом для того, щоб мати за мету інтереси[4]. У даний час соціальні мережі набагато більшою мірою, ніж традиційні ЗМІ, визначають соціальний і політичний порядок денний, створюють новинні приводи, безконтрольно втручаються в повсякденне життя, роблячи його максимально транспарентним. Соціальні мережі, на відміну від невіртуальних медіа, відзначає відносна свобода слова, свобода у висловленні своєї точки зору практично з будь-якого питання. При цьому ні влада, ані суспільство не виробило дієвих механізмів контролю за таким втручанням. У результаті багато громадських інститутів стають украй вразливими [3].

Соціальні мережі можна назвати своєрідним «віртуальним дзеркалом життя», в якому знаходять відображення як зловідомні проблеми, що хвилюють суспільство, так і думки та оцінки самого суспільства в контексті актуальної проблематики[1]. М. Кастельс, аналізуючи зміни в традиційному суспільстві, виділяє сучасні інформаційно-комунікаційні технології як один із найбільш значущих чинників у створенні нового суспільного укладу. Так, на його думку, посилення мережі нових засобів інформації приводить до того, що лідерство стає персоналізованим, а шлях до влади лежить через створення віртуального іміджу. Таким чином, сучасні інформаційні технології приводять до активного розвитку нових форм політичної комунікації, у тому числі в онлайн-просторі [2].

Розвиток політичної інтернет-комунікації можна умовно розділити на два етапи. Перший етап – інформаційний. Сутність його полягає в проникненні і зберіганні в мережі політичної інформації. У першу чергу це новинні стрічки, електронні засоби масової комунікації, сайти політичних партій і громадських організацій, окремих політичних лідерів, а також безпосередньо електронні видання аналітичних і дослідницьких організацій. Другий етап пов'язаний з медіатизацією політики, спробою використання Інтернету як інструменту політичних і пар-технологій. Широкий набір форм і методів політичної комунікації в мережі спрямовані на більш динамічний вплив на свідомість і поведінку аудиторії в мережі Інтернет у порівнянні з іншими засобами масової інформації. Вагомим аргументом на користь цього твердження може служити те, що традиційні засоби масової інформації працюють переважно в режимі інформаційного монологу (односторонньої комунікації), за допомогою якого відповідні структури впливають на адресата і підтримують контроль над підвладними суб'єктами.

Політика неминуче приходить туди, де є будь-яка масова аудиторія. У сучасних реаліях неможливо перемогти в боротьбі за владу, не маючи доступу до традиційних (електронних і друкованих) ЗМІ. Однак досвід виборчих кампаній показує, що є новий спосіб впливати на електорат через мережу Інтернет. Цей спосіб має низку переваг, головними серед яких є легкість і практична миттєвість опублікування будь-якої інформації, відсутність просторово-часових меж взаємодії, можливість формувати навколо теми або проблеми групу однодумців і швидкий зв'язок для моніторингу ситуації. Питома вага віртуальної інформаційної складової в політиці сьогодні має стійку тенденцію до зростання [2].

Останнім часом слідом за світовими лідерами дедалі більша кількість українських політиків і чиновників, розуміючи, що соціальні мережі є потужним важелем, здатним вплинути на політичні процеси в суспільстві, почали активно створювати акаунти в соціальних мережах. Все це робиться з певною метою, щоб продемонструвати свою включеність у процес віртуальної соціалізації, а також з метою самопіару як політичного діяча, що і є однією з проблем ефективного використання соціальних мереж [1]. Вже давно традиційні ЗМІ черпають новини з блогосфери і соціальних мереж [3]. У сучасних умовах віртуальна політика прийшла до принципово нового етапу. Йдеться про створення віртуальних політичних структур. Вони будуть відрізнятися від будь-яких раніше існуючих об'єднань, організацій, рухів. Інтернет давно поставив на порядок денний питання про об'єднання людей по самих різних ознаках: за політичними переконаннями, інтересами, спільними проблемами[4].

Висновки: Інтернет як засіб політичної комунікації ще не до кінця освоєний, але має великий потенціал. Політичні комунікації в мережі потрібно вдосконалити і розвинути, щоб політичні ресурси могли відповідати вимогам і настроям цільової аудиторії, пропонуючи нові комунікаційні рішення і способи зворотного зв'язку. Адже не виявляючи активності, можна втратити один із важливих каналів комунікації і значну частину своїх прихильників. Подальші дослідження в цьому проблемному полі доцільно проводити в напрямі ефективності використання соціальних мереж для досягнення політичних цілей та застосування інтернет-технології як інструменту маніпуляційних технологій.

Список використаних джерел

1. Павленко, В.В. Роль сучасних соціальних мереж в соціальних і політичних технологіях. URL: <http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf>
2. Блоги як інструмент політичного спілкування. Політична аналітика. URL: <http://www.politicalmind.ru/minsos-58-1>
3. Ефімова, І.Н., Маковійчук, А.В. Соціальні мережі як новий механізм формування іміджу суб'єктів політичної діяльності. URL: <http://izvestia.asu.ru/2012/4-1/pols/TheNewsOfASU-2012-4-1-pols-05.pdf>
4. Володенков, С. Нові комунікаційні технології в сучасному політичному управлінні: загрози і виклики. URL: <http://www.slideshare.net/svvgold/ss-7394445>