

УДК 316.083

Вахула Б.Я., аспірант кафедри історії та теорії соціології, Львівський національний університет імені Івана Франка

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК МЕХАНІЗМ ПРОТЕСТНОЇ МОБІЛІЗАЦІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Розглядаються соціальні медіа як опосередкований Інтернетом поліфункціональний комунікативно-інформаційний механізм, що має ряд відмінностей від традиційних медіа, зокрема у вимірі масової мобілізації до політичної участі. Конструюються емпіричні показники дослідження мобілізаційного впливу соціальних медіа, зокрема у вимірі конвенційних та неконвенційних форм політичної участі. Аналізуються особливості масової мобілізації до політичної участі у вимірі «конвенційне – неконвенційне» серед мешканців Львова із використанням індексу дестабілізаційності протестного потенціалу, створеного Є. Головахою, А. Горбачиком і Н. Паніною.

Ключові слова: традиційні та соціальні медіа, масова соціальна мобілізація, конвенційні та неконвенційні форми політичної участі, уважна публіка, мобілізована публіка, дестабілізаційний активізм.

У сучасному світі соціальні взаємодії дедалі більше опосередковуються технічними засобами і неминуче набувають характеристик, зумовлених цими технологіями. Так, зокрема, комунікаційні технології накладають відбиток на суспільно-політичні процеси, спричиняються до появи нових механізмів масової мобілізації. Серед різноманіття цих новітніх технологізованих інформаційно-комунікативних систем увагу привертають соціальні медіа, які відіграють дедалі більшу роль у політичних і соціокультурних процесах сучасності.

Доволі поширеним у політичному та публіцистичному дискурсі стало твердження про те, що соціальні медіа є «вбивцею авторитарних режимів», тобто механізмом демократизації політичної системи знизу. Водночас ряд емпіричних прикладів, таких як іранська твітер-революція, єгипетські фейсбук-протести та, зрештою, українська Революція гідності досі не стали основою для створення соціологічної методології, теорії та методики емпіричного дослідження соціальних медіа як механізмів масової мобілізації до протестної політичної участі.

Метою цієї розвідки є з'ясування особливостей функціонування мобілізаційного механізму соціальних медіа з особливою увагою до протестних форм політичної участі. У межах цієї статті ми, по-перше, окреслимо відмінності традиційних і соціальних медіа з урахуванням механізмів масової мобілізації; проаналізуємо передумови актуальності цієї проблематики для сучасного українського суспільства; розглянемо особливості соціологічної інтерпретації конвенційної та неконвенційної політичної участі та представимо результати емпіричного дослідження мобілізаційного впливу соціальних медіа на протестну поведінку львів'ян.

У розмежуванні традиційних і соціальних медіа ми виходимо з міркувань Дж. Стеуєра: «Традиційно процес комунікації описується в термінах передачі інформації як процес, який поєднує того, хто надсилає інформацію (sender), та того, хто її отримує (receiver). Таким чином, медіа є лише засобом встановлення зв'язку ... і становлять інтерес тією мірою, якою сприяють чи перешкоджають встановленню такого зв'язку...». З цієї точки зору, традиційними є ті медіа, які встановлюють односторонній зв'язок: телебачення, радіо,

друковані медіа, а соціальними – ті, які встановлюють взаємозв'язок (двосторонній) [1, с. 7]. Крім двостороннього характеру зв'язку поняття «соціальні медіа» (англ. social media) – вказує на вид масової комунікації, що здійснюється опосередковано через Інтернет та має ряд суттєвих відмінностей від традиційних засобів масової комунікації. Отже, розглянемо докладніше відмінності між традиційними та соціальними медіа.

1. Якість. Традиційні медіа і сучасні соціальні істотно відрізняються за достовірністю, тематикою та способом подачі інформації. Для традиційних медіа стандарти якості є встановленими і контролюються цілим комплексом формальних і неформальних правил (від законодавства про ЗМІ до норм авторського права та оподаткування). Соціальні ж медіа містять як сегмент високоякісного інформаційного змісту, так і великий сегмент низької та сумнівної якості.

2. Виробники змісту. І традиційні, і сучасні соціальні медіа завдяки технологічним можливостям доступні практично без обмежень. Водночас вони різняться за ступенем централізованості та ієрархічності (продувати зміст у середовищі сучасних соціальних медіа може кожен користувач, а традиційні медіа продукують той зміст, який «диктують» власники та редакційна політика інформаційних агенцій і видань).

3. Доступність та охоплення аудиторії. Традиційні медіа не вимагають від користувача володіння особливими ресурсами чи знанням щодо технології поширення інформації, тоді як соціальні медіа вимагають від користувача обізнаності і навичок у користуванні комп'ютером (чи іншими мультимедійними пристроями) та Інтернетом і в деяких суспільствах все ще не є загальнодоступними на рівні традиційних медіа.

4. Динамічність. Традиційні медіа – телебачення чи друковані ЗМІ порівняно з соціальними медіа суттєво програють в оперативності, адже завдяки, наприклад, такому інтернет-сервісу, як твітер, кожен із його користувачів може майже миттєво розмістити інформацію в мережі Інтернет, використовуючи навіть портативний кишеньковий пристрій.

5. Мінливість у продукуванні артефактів. Традиційні медіа, одного разу розмістивши певну інформацію не можуть її змінювати і відповідають (у тому числі юридично) за оприлюднений зміст. Натомість сучасні соціальні медіа в цьому сенсі є мінливими, менш надійними, значно менш відповідальними і в етичному, і в правовому сенсі.

Як зазначають Дж. Фрідланд та К. Роджерсон, нові інформаційні та комунікаційні технології, особливо Інтернет, «цілковито змінили ландшафт колективної дії» [2, с. 2]. Особливості соціальних медіа як механізму масової мобілізації до політичної участі складено поза контекстом. Зокрема, засобами соціальних медіа як механізму політичної мобілізації можуть користуватися як опозиціонери-демократи, противники авторитаризму чи корупції, так і радикальні антидемократичні сили чи терористичні групи. Тому слід пам'ятати про проблемний, дисфункціональний аспект цього механізму (див. табл. 1).

Оптимістична інтерпретація функціонування соціальних медіа визнає за цим інформаційно-комунікативним механізмом значний потенціал трансформації з одного із супутніх чинників формування громадянських суспільств на їхню важливу складову, особливо в країнах, що перебувають на етапі становлення демократії. У такого типу країнах (до яких належить і Україна) громадянське суспільство зароджується в боротьбі за свої інтереси перед авторитарними чи тоталітарними режимами. Як зазначають Е. Коррадо та Ч. Фаерстон, Інтернет слугує засобом «неопосередкованих» комунікацій між громадянами та владою, внаслідок чого залежність громадян від представників, що обираються, партійних організацій і груп інтересів стає мінімальною [3, с. 13].

Згідно з українським дослідником В. Степаненком, однією з проблем формування громадянського суспільства в Україні є традиційно авторитарний спосіб функціонування

владних структур і відсутність довіри до інститутів влади у суспільстві. Також автор зазначає, що проблемою становлення громадянського суспільства є посткомуністична традиція скепсису стосовно будь-яких організацій, традиційний режим закритості влади, низький рівень громадської залученості до прийняття політичних рішень і довіри до ЗМІ, політично-адміністративної сфери, корупція [4].

Таблиця 1

**Функціональні та дисфункціональні аспекти роботи соціальних медіа
як механізму політичної мобілізації**

Функціональні аспекти	Дисфункціональні аспекти
Соціальні медіа мобілізують до колективної дії та політичної участі, незважаючи на географічні обмеження	Соціальні медіа переносять спілкування у віртуальну сферу, що неминуче веде до браку чи відсутності особистого спілкування між членами мобілізованої групи і загалом політичної участі виключно он-лайн, що суттєво збіднює арсенал політичних дій та їхню ефективність
Соціальні медіа, вибудовують горизонтальні, неієрархічні та нецентралізовані зв'язки і можуть обмежувати панування вертикальних мереж (фінансово-промислових груп, партійних і владних кіл та ін.). Таким чином, соціальні медіа протидіють авторитарній, вертикальній, директивній мобілізації та сприяють мобілізації спонтанній і горизонтальній	Соціальні медіа не створюють альтернативний вимір реальності, а навпаки, відтворюють реальність у віртуальному вимірі. Таким чином, масова мобілізація, що відбувається засобами соціальних медіа, відтворює соціальні поділи, зокрема структури соціальної нерівності та соціальні бар'єри, наявні в реальному житті
Соціальні медіа мають здатність мобілізувати до політичної участі незалежно від приналежності до традиційних спільнот. Утворюються так звані проникаючі зв'язки (англ. — crosscutting ties), які дозволяють мобілізації відбуватися за інклюзивними принципами, долаючи вузькі етнічні, конфесійні, расові, ідеологічні межі	Користувач в оболонці соціальних медіа діє упереджено, відповідно до своїх політичних поглядів, цінностей та афіліацій. Відповідно у соціальних медіа відтворюються усі партикулярні поділи, які наявні у соціальній реальності
Соціальні медіа сприяють проблемно-орієнтованій мобілізації, а не ідеологічній чи програмно визначеній, тому є ближчими до життєвих потреб пересічних громадян, а не до «великої політики»	Відсутність єдиної ідеології, принципів чи програми дій призводить до внутрішніх дискусій, нестійкості утворених структур, відсутності спільної етики політичної участі
Соціальні медіа сприяють утворенню динамічних, маневрених структур. За умови протестної політики таким структурам легше уникати репресій з боку влади (зокрема, завдяки технічним особливостям використання Інтернету: зміні профайлів, анонімності, зміні адрес IP тощо)	Соціальні медіа дають можливість уникати правового моніторингу, поширювати антиправну пропаганду, розпалювати ворожнечу, глорифікувати героїв та мучеників політичних рухів, планувати терористичні акти, збирати стратегічну та тактичну інформацію, рекрутувати нових членів і проводити збір коштів

Соціальні медіа можуть бути долучені для відновлення чи формування довіри, висунення вимог транспарентності дій органів влади та урахування потреб різних соціальних груп у процесі формування й прийняття політичних рішень і, головним чином, для широкого ознайомлення громадськості з проявами корупції та для протидії зловживанням на всіх рівнях. В основу цих можливостей покладено соціальний протест проти порушення базових прав людини, який за допомогою соціальних медіа може бути чітко сформульованим, скерованим на конкретних осіб чи на певні соціальні інститути і передбачає зростання ступеня соціальної солідарності.

Водночас є ряд дилем, пов'язаних із мобілізаційною функцією соціальних медіа, адже, з одного боку, посилення політичної самодіяльності та контролю громадянського суспільства за владою веде до формування добре організованого, вкоріненого (англ. – embedded) демократичного суспільства, з іншого боку, це може створювати бар'єри, що гальмують функціонування структур влади, відповідно до формули «сильне суспільство – слабка держава».

На думку дослідників Д. Мігдел і С. Гантінгтон, в новопосталих демократичних державах основна колізія розгортається з приводу ефективності влади в умовах зростаючого контролю громадянського суспільства, адже цілі політиків і громадськості можуть не збігатися. В молодих демократіях масова політична мобілізація своїм тиском може значно знижувати стабільність і ефективність функціонування політичних та адміністративних інститутів [5, с. 397–398]. Зростання активності громадян і їх прагнення до набуття реальної суб'єктності, можливості впливати на прийняття політичних та адміністративних рішень стає викликом для всієї політичної системи, особливо у випадку неконвенційних форм політичної участі.

Одним із ключових питань концептуалізації мобілізації до політичної участі є розмежування між конвенційною та неконвенційною політичною участю. Проникливим є спостереження польського соціолога Т. Зиро, який вважає, що протестна поведінка може набувати двох форм: протесту, якщо виступи опозиції мають на меті змінити структуру правління, виступають за радикальну реорганізацію політичної системи чи вимагають визнати свою суб'єктність у політичному процесі, або тиску, якщо опозиційна група, що ініціювала протестні виступи, розуміється політичним керівництвом країни як легітимний член політичної системи [6, с. 122].

Остання дефініція наголошує на важливості явища структури політичних можливостей – тобто легітимних засобів впливу на прийняття політичних рішень і функціонування політичної системи в цілому. Якщо такі легітимні засоби наявні – політична участь набуває конвенційних форм, а якщо відсутні – єдиним «клапаном», який дозволяє випустити соціальну напругу, залишаються протестні дії з високим дестабілізаційним потенціалом. Так, коли демократія не є повнофункціональною, а участь громадян зводиться лише до участі у виборах, у структурі політичних можливостей виникає порожнеча, яка заповнюється неформалізованими і неконвенційними, зокрема, формами політичної участі.

Припускаємо, що у випадку українського суспільства потужним поштовхом до активізації політичної участі громадян, а водночас і до посилення конфліктних протистоянь, стали події 2004 р., відомі під назвою Помаранчева революція, з часу якої відбувся драматичний зсув активності громадян до неконвенційних форм політичної участі, аж до створення парамілітарних і відверто збройних нелегальних організацій та застосування насильства в політичній боротьбі з опонентами. Напередодні політичної кризи наприкінці 2013 р. наявна структура політичних можливостей не змогла зняти конфліктну напругу між інтересами регіональних спільнот та еліт. Так, зокрема, точкою відліку гострого політичного протистояння стала дилема між інтеграцією в євроатлантичні чи в євразійські структури. Інституційного, легального механізму для вирішення цієї суперечності не знайшлося. Такими механізмами могли у свій час стати федералізм чи широке самоврядування регіонів, а за відсутності таких механізмів відбувалося постійне генерування конфлікту по лініях міжрегіональних соціокультурних відмінностей і поділів.

Піком політичного насильства в Україні стало протистояння між державними силовими структурами та терористичними формуваннями на Донбасі, але початки політичної кризи закладалися в протистоянні численних парамілітарних організацій, місцевих «самооборон», які виступали під різними прапорами, але мали і багато спільних рис, серед яких рекрутування активістів, поширення агітаційних матеріалів та збір коштів засобами соціальних медіа.

Відтак особливої актуальності набуває питання мобілізаційного впливу соціальних медіа у вимірі конвенційної та неконвенційної політичної участі.

Досвід дослідження конвенційної та неконвенційної політичної участі в Україні пов'язаний, насамперед, із напрацюваннями фахівців Інституту соціології НАН України – Є. Головахи, А. Горбачика та Н. Паніної. Йдеться про запропонований авторами інструмент – індекс дестабілізаційності протестного потенціалу. Цей інструмент дозволяє виявити ступінь прихильності респондентів до форм політичної участі, що мають різні значення дестабілізаційності. Кожна з акцій протесту має свій коефіцієнт дестабілізаційності, розрахований на підставі експертних оцінок¹. Так, участь у виборах не дестабілізує політичну систему, участь у несанкціонованому мітингу спричиняє певну дестабілізацію, а захоплення державних адміністративних будівель істотно дестабілізує політичну систему. Інтегральний індекс дестабілізаційності протестного потенціалу населення обраховується як середнє значення сукупності акцій протесту, в яких люди висловили намір брати участь, з урахуванням дестабілізаційного коефіцієнта кожної акції [7, с. 31].

В емпірично орієнтованій частині статті ми, використовуючи базу даних омнібусного дослідження, проведеного кафедрою історії та теорії соціології Львівського національного університету імені Івана Франка в березні 2014 р. (N = 397), проаналізуємо ряд показників, які характеризують поведінку респондентів в оболонці соціальних медіа, з одного боку, та форми політичної участі респондентів в офлайн, використовуючи індекс дестабілізаційності протестного потенціалу. В аналізі бази даних застосований комплекс статистичних методів (одновимірний, двовимірний та кореляційний аналіз). База даних аналізується із застосуванням програмного пакета SPSS.

Насамперед з'ясуємо, яка частка респондентів охоплена Інтернетом та соціальними медіа зокрема. Зауважимо, що через велике розмаїття соціальних медіа – блоги, твіттери, форуми, соціальні мережі – ці частки вибіркової сукупності будуть майже тотожними. Бути користувачем Інтернету сьогодні майже автоматично означає користуватися соціальними медіа: залишати коментарі до інтернет-контенту; розміщувати інтернет-контент, який можуть оцінювати інші користувачі; оцінювати той чи інший контент; ознайомлюватися з онлайн активністю інших користувачів; спілкуватися з ними тощо.

Отримані нами дані свідчать, що понад 70% респондентів (N=280) є користувачами Інтернету. Ця група очікувано відрізняється на значущому рівні від тих, хто не користується Інтернетом, за показником віку. Користувачі Інтернету є назагал молодшими: середній вік для цієї групи становить 40 років, тоді як для групи респондентів, які не користуються Інтернетом, – 59 років. Іншою диференціуючою структурою у тому, що стосується користування Інтернетом, є рівень доходів: бідні мешканці Львова менше, ніж заможні, користуються Інтернетом. Таким чином, на бідність фінансово-економічну накладається інформаційна, відтворюючи нижчий рівень життєвих шансів уразливих верств населення.

Були отримані такі дані за низкою показників, що описують налаштованість на конвенційні чи неконвенційні форми політичної участі. Показники членства для трьох найпопулярніших «оболонок» соціальних медіа – соціальних мереж «Однокласники», «Вконтакті» та «Facebook» становлять – відповідно, 34%, 39,6% та 32,8%. У світлі останніх подій необхідно зазначити, що дві перші з названих «оболонок» соціальних медіа (мережі

¹ Зокрема, форми політичної участі мають такі коефіцієнти дестабілізаційності: збирання підписів під колективними петиціями – 2,9; законні мітинги та демонстрації – 4,8; погрожування страйком – 6,0; бойкот (відмова виконувати рішення адміністрації, органів влади) – 7,2; несанкціоновані мітинги та демонстрації – 7,3; незаконні страйки – 7,5; голодування на знак протесту – 5,9; пікетування державних установ – 5,9; захоплення будівель державних установ, блокування шляхів сполучення – 7,0; створення незалежних від Президента та Уряду збройних формувань – 8,5. Така форма політичної участі як участь у передвиборчих кампаніях не має коефіцієнта дестабілізаційності, оскільки, на думку експертів є цілком конвенційною і не дестабілізує політичну систему.

«Однокласники та «Вконтакті», до яких разом залучено понад 70% львівських респондентів – користувачів Інтернету) є базованими сервісами у Російській Федерації. Восени 2014 р. Служба безпеки України звернулася до громадян із закликом бойкотувати соціальну мережу «Вконтакті» у зв'язку з тим, що саме засобами цієї мережі проводилася мобілізаційна робота, зокрема, серед українських військовослужбовців строкової служби, із організації протестних акцій з вимогою демобілізації, рекрутування членів нелегальних збройних формувань сепаратистів та збір коштів для фінансування їхніх структур [8]. Припускаємо, що із часом частка користувачів названих соціальних мереж в Україні зменшується на користь соціальної мережі «Facebook» та сервісу Twitter.

Показники індексу дестабілізаційності протестного потенціалу вказали на високу значущість різниці середніх значень для групи користувачів соціальних медіа та групи респондентів, які користуються виключно традиційними медіа. Відповідний рівень є значимо вищим для користувачів соціальних медіа і становить 4,81. Зауважимо, що на думку В. Ворони, протестний потенціал може перерости в масові акції, коли індекс перевищує 4,4 бала. Значення, що перевищували 4,4 бала було зафіксовано в такі моменти новітньої історії України: 1998 р. – пік економічної кризи в Україні; 2001 р. – так званий «касетний скандал» з приводу причетності президента Л. Кучми до випадків корупції та викрадення і вбивства журналіста Г. Гонгадзе; 2004–2005 рр. – події Помаранчевої революції; кінець 2010 р. – масові протести підприємців (так званий «податковий майдан») [9, с. 35].

Таблиця 2

Характеристики мешканців м. Львова, які є користувачами соціальних і традиційних медіа, релевантні до проблематики політичної участі

Показники, які прямо чи опосередковано визначають форму політичної участі, до якої схиляються респонденти	Користувачі Інтернету та соціальних медіа	Користувачі виключно традиційних медіа
Середнє за шкалою ідеологічних преференцій «лівий – правий» та значимість різниці значень для користувачів соціальних і традиційних медіа ²	5,93 (N=278)	5,86 (N=117)
	ns	
Показник членства у громадських організаціях та значимість різниці значень для користувачів соціальних і традиційних медіа ³	1,16 (N=280)	1,02 (N=117)
	*	
Значення індексу дестабілізаційності протестного потенціалу та значимість різниці значень для користувачів соціальних і традиційних медіа	4,81 (N=264)	3,36 (N=109)
	**	

* Значима на рівні 0,05; ** Значима на рівні 0,01

Як бачимо, для користувачів соціальних медіа значимо вищими є показники, що свідчать про орієнтацію як на конвенційні, так і на неконвенційні форми політичної участі. Це гіпотетично вказує на вищий рівень політизації респондентів, які є користувачами соціальних медіа, вищий рівень їхньої політичної суб'єктності.

² Використовувалася десятибальна шкала, де альтернатива «1» означала «крайній лівий», а альтернатива «10» – «крайній правий».

³ Використовувалася трибальна шкала, де альтернатива «1» означала «не є членом громадської організації», альтернатива «2» означала «є членом громадської організації, але неактивним» і альтернатива «3» означала «є активним членом громадської організації».

Виявлені характеристики користувачів соціальних медіа і зокрема, – активних користувачів соціальних медіа вказують на особливу роль цієї групи у політичній системі сучасного суспільства. На нашу думку, в цьому випадку доцільно застосовувати підхід, запропонований американським науковцем Дж. Розенау, який всю сукупність виборців називає «масовою публікою», а в її рамках виділяє «уважну публіку» і так звану «мобілізовану публіку» [10]. До складу уважної публіки входять зазвичай люди з високим інтелектом і рівнем освіти, які здатні самостійно розбиратися в політичних проблемах і не будуть об'єктом маніпуляції з боку ЗМІ. «Мобілізована публіка» – це частка населення, яку можна організувати для активної участі в політичному житті (мітинги, демонстрації, різні форми тиску).

На нашу думку, у випадку українського суспільства спостерігаємо явище, яке можна назвати «перегрівом» політичної системи, коли тривала, безперервна і активна участь громадян у політичних справах приводить до так званого «вхідного перенавантаження» політичної системи і до непрацездатності політичних інститутів. Тоді як за спостереженням австрійця Х.-Г. Генріха та американця Дж. Розенау постійно активну участь у політичному процесі беруть не більше 15% дорослого населення («уважна публіка», включаючи й професійних політиків) [11, с. 55], в Україні від початку політичної кризи наприкінці 2013 р. фіксуємо вибухове зростання інтересу до політики і політичної участі (в тому числі в широкому спектрі протестних форм політичної участі). Так, серед користувачів соціальних медіа 37% щоденно використовують Інтернет для ознайомлення з громадсько-політичною інформацією. Ця ж група населення відзначається і найвищими показниками індексу дестабілізаційності протестного потенціалу (5,6 при тому, що критичним значенням, яке вказує на небезпеку масових протестів, є 4,4). Таким чином, можемо припустити, що саме найактивніші користувачі соціальних медіа є тією «уважною публікою», яка найприскіпливіше стежить за поточними політичними подіями і найбільшою мірою схильна до протестної політичної участі. Ця група є своєрідним локомотивом політичного протесту. Середній вік цієї групи респондентів становить 35 років. Фіксується взаємозв'язок між самопозиціонуванням на шкалі ідеологічних преференцій та прихильністю до більш дестабілізаційних форм політичної участі (респонденти, які позиціонують себе як більш «праві», більшою мірою схильні до таких форм участі).

Підсумуємо результати нашого дослідження. По-перше, Інтернет у цілому та соціальні медіа зокрема охоплюють значну частину населення України, дедалі більше стають частиною буденного життя громадян різних соціально-демографічних категорій. Водночас вік та матеріальне становище залишаються диференціюючим чинником, що вказує на відтворення явища інформаційної бідності. По-друге, серед різноманіття сфер, що їх зачіпають соціальні медіа, вагомою є сфера громадсько-політична. Ми виявили докази на користь того, що активність у соціальних медіа пов'язана з формою політичної участі респондентів, – як у конвенційному вимірі (зафіксована через членство у громадських організаціях), так і в неконвенційному (зафіксована через інтегрований показник – індекс дестабілізаційності протестного потенціалу). По-третє, особливе занепокоєння викликає можливе застосування мобілізаційного потенціалу соціальних медіа в екстремістському ключі. Ми виявили, що користувачі соціальних медіа відзначаються вищими на статистично значимому рівні показниками спрямованості на дестабілізаційні форми політичної поведінки (для верифікації гіпотези використано індекс дестабілізаційності протестного потенціалу) порівняно з респондентами, які є користувачами виключно традиційних медіа. Це наводить на думку про те, що соціальні медіа водночас пов'язані з явищем «уважної публіки» – групи населення, яка прискіпливо спостерігає за політичним процесом, має відносно високий рівень політичної компетентності та спрямованості на політичну участь і в конвенційному, і в неконвенційному вимірі. По-четверте, досвід сучасного українського суспільства вказує на відторгнення широкими масами населення формальних інституційних форм масової мобілізації та

політичної участі – політичні партії та громадські організації досі не стали дієвими структурами колективної дії, на що вказують відносно низькі показники членства у таких структурах протягом років незалежності України. Зважаючи на це, соціальні медіа становлять мобілізаційний механізм, який найбільшою мірою відповідає сучасному українському суспільству, поєднує елементи, що компенсують низьке відчуття політичної суб'єктності, гнучкість та спонтанність, горизонтальність і добровільність. По-п'яте, подальші напрями досліджень пов'язані з розкриттям закономірностей взаємозв'язку форм політичної участі он-лайн та офлайн, а також з аналізом явища дестабілізаційного активізму, яке є істотною рисою сучасного українського суспільства і виявляється, зокрема, у такому явищі, як «смітників люстрація». Останній приклад дестабілізаційної, неконвенційної форми політичної участі демонструє загрозу деградації мобілізаційного механізму соціальних медіа: з елементу підвищення громадянського контролю перетворює його на елемент новітньої охлократії (влади натовпу) доби електронних комунікацій.

Водночас залишаються відкритими запитання, на які ми не змогли дати відповідь у межах цього дослідження: «Чи є налаштованість користувачів соціальних медіа показником реальної чи лише віртуальної політичної активності?», «Чи виходять активні користувачі соціальних медіа офлайн?», «Чи обмежуються радикалізмом виключно он-лайн?», «Чи, кажучи термінами Розенау, уважна публіка в українському суспільстві стала тотожною мобілізованій публіці?». Відповіді на ці запитання (якщо ґрунтуватися на використанні виключно опитувальних соціологічних методів, а не, наприклад, на методи спостереження) у наступних дослідженнях може дати адаптований інструментарій виміру індексу дестабілізованості протестного потенціалу, в якому йшлося б не про наміри респондентів, а про їхній досвід (наприклад, політичної участі, в тому числі протесаної, у подіях Євромайдану та Революції гідності.

Список використаної літератури

1. *Steuer J.* Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence / J. Steuer // *Journal of Communication* – 1992. – Vol. 42 (Autumn). – P. 73–93.
2. *Friedland J.* How Political and Social Movements Form on the Internet and How They Change Over Time [Електронний ресурс] / J. Friedland, K. Rogerson // Literature Reviews prepared for the Internet Radicalization Workshop. Research Triangle Park, North Carolina: Institute for Homeland Security Solutions. – 2009. – Режим доступу : <https://www.ihssc.org/portals/0/IRW%20Literature%20Reviews%20Political%20and%20Social%20Movements.pdf>
3. *Corrado A.* Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics / A. Corrado, C. Firestone. – Washington, 1996.
4. *Степаненко В.* «Кому потрібне громадянське суспільство?»: соціальний капітал та проблеми формування громадянської ідентичності в Україні / В. Степаненко // *Громадянське суспільство в Україні: аналіз соціального конструювання*. – К. : Стило, 2002. – С. 334–341.
5. *Migdal J.S.* Strong States, Weak States: Power and Accommodation / J.S. Migdal // *Understanding Political Development* / Weiner M., Huntington S.P. (Eds.). – Boston, 1987. – P. 391–434.
6. *Жиро Т.* Политология / Т. Жиро. – К. : Гуманитарный центр, 2006. – 122 с.
7. *Панина Н.В.* Избранные труды по социологии: в 3 т. Т. III. Социология политики, национальных отношений, общественного мнения и социальная психиатрия / Н.В. Панина ; сост. и ред. Е.И. Головаха. – К. : Ин-т социологии НАН Украины, 2012. – 328 с.
8. СБУ призвала українців бойкотувати «ВКонтакте» та інші російські соцсети. 17 Октября 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ain.ua/2014/10/17/545605>

9. Ворона В.М. Соціологічні виміри суспільства : (виступ на загальних зборах НАН України) / В.М. Ворона // Вісн. НАН України. – 2011. – № 7 – С. 34–37.
10. Rosenau J.N. Citizenship between Elections. An Inquiry into the Mobilizable American / J.N. Rosenau. – N. Y.; L., 1974. – 526 p.
11. Хенрих Х.-Г. Но на чужой манер хлеб русский не родится / Х.-Г. Хенрих // Диалог. – 1993. – № 2. – С. 54–56.

References

1. Steuer J. Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of Communication*, 1992, Vol. 42 (Autumn), pp.73–93.
2. Friedland J., Rogerson K. How Political and Social Movements Form on the Internet and How They Change Over Time. Literature Reviews prepared for the Internet Radicalization Workshop. Research Triangle Park, North Carolina: Institute for Homeland Security Solutions, 2009, available at: <https://www.ihssnc.org/portals/0/IRW%20Literature%20Reviews%20Political%20and%20Social%20Movements.pdf>
3. Corrado A., Firestone C. Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics, Washington, 1996.
4. Stepanenko V. «*Komu potribne gromadyans'ke suspil'stvo?*»: social'nyi capital ta problemy formuvannya gromadyans'koi identychnosti v Ukraini. *Hromadyans'ke suspil'stvo v Ukraini: analiz social'nogo konstruyuvannya* [«Who needs civil society?»: social capital and the problems of the national identity formation in Ukraine. Civil society in Ukraine: analysis of social construction]. Kyiv, Stylos, 2002, pp. 334–341 [in Ukrainian]
5. Migdal J.S. Strong States, Weak States: Power and Accommodation. Understanding Political Development. Weiner M., Huntington S.P. (Eds.). Boston, 1987, pp. 391–434.
6. Zhyro T. *Politologiya* [Political Science]. Khar'kov, Gumanitarnyi tsentr, 2006, 122 p. [in Russian]
7. Panina N. *Izbrannye trudy po sotsiologii: v 3-kh tomakh. T. III. Sotsiologiya politiki, natsional'nykh otnoshenii, obshchestvennogo mneniya i sotsial'naya psikhiiatriya. Sost i red. Je.I. Golovakha* [Selected works on sociology. Vol. III. Sociology of politics, ethnic relations, public opinion and social psychiatry. Comp. and ed. by Ye.I. Golovakha]. Kiev, Institute of Sociology NAS of Ukraine, 2012, 328 p. [in Russian]
8. SBU prizval ukrainsev boikotirovat' «Vkontakte» i drugie rosiiskie sotsseti. 17 Oktyabrya 2014 [SBU urged Ukrainians to boycott «Vkontakte» and other Russian social networks. 17 October, 2014], available at: <http://ain.ua/2014/10/17/545605>
9. Vorona V. *Sotsiologichni vymiry suspilstva (Vystup na zagal'nyh zborakh NAN Ukrainy)* [Sociological dimensions of society (Speech at the General meeting of the NAS of Ukraine)]. Visnyk NAN Ukrainy, 2011, No. 7, pp. 34–37 [in Ukrainian]
10. Rosenau J.N. Citizenship between Elections. An Inquiry into the Mobilizable American. N.Y.; L., 1974, 526 p.
11. Henrih H.G. No na chuzhoi maner khleb russkii ne roditsya [In the foreign country Russian bread cannot be grown]. *Dialog*, 1993, No. 2, pp. 54–56.

Отримано 02.02.15

Вахула Б.Я., аспирант кафедры истории и теории социологии
Львовского национального университета имени Ивана Франко

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК МЕХАНИЗМ ПРОТЕСТНОЙ МОБИЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ УКРАИНСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Рассматриваются социальные медиа как опосредованный Интернетом полифункциональный коммуникативно-информационный механизм, который по ряду характеристик отличается от традиционных медиа, в частности в измерении массовой мобилизации к политическому участию. Конструируются эмпирические показатели исследования мобилизационного влияния социальных медиа, в частности в том, что касается конвенциональных и неконвенциональных форм политического участия. Анализируются особенности массовой мобилизации к политическому участию в измерении «конвенциональное и неконвенциональное» среди жителей Львова с использованием индекса дестабилизационности протестного потенциала, созданного Е. Головахой, А. Горбачиком и Н. Паниной.

Ключевые слова: традиционные и социальные медиа, массовая социальная мобилизация, конвенциональные и неконвенциональные формы политического участия, внимательная публика, мобилизованная публика, дестабилизационный активизм.

Vakhula B.Ya. postgraduate student of the Department of history and theory of sociology,
Ivan Franko National University of Lviv

SOCIAL MEDIA AS A MECHANISM FOR PROTEST MOBILIZATION IN THE MODERN UKRAINIAN SOCIETY

The social media are analyzed as an Internet-mediated polyfunctional social mechanism that has communicational and informational dimensions and differ from the traditional media by number of characteristics, in particular in the measurement of mass mobilization for political participation. Author constructs empirical study indicators of the social media influence mobilization, in particular in the measurement of conventional and unconventional forms of political participation. The empirical part of the article presents peculiarities of the mass mobilization for political participation among Lviv residents that are analyzed using the index of destabilization potential of protest participation (instrument created by Ye. Golovakha, A. Horbachyk and N. Panina).

Keywords: traditional and social media, mass social mobilization, conventional and unconventional forms of political participation, attentive public, public, which can be mobilized, destabilization activism.