

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Філософський факультет

Кафедра політології

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СУЧАСНИХ ПРОТЕСТНИХ РУХАХ

Кваліфікаційна робота
зі спеціальності 052- Політологія
освітній рівень «Магістр»

Студентки II курсу
денної форми навчання
спеціальності «Політологія»
Почепко Діани Дмитрівни

Допущено до захисту:

Завідувач кафедри _____

Науковий керівник:
к. філос. н., доцентка
Тукаленко Інна Анатоліївна

КИЇВ – 2021

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження соціальних мереж та можливостей їхнього використання в протестних рухах.....	5
РОЗДІЛ 2. Соціальні мережі як інформативно-комунікативний ресурс у протестних рухах країн консолідованої демократії	20
РОЗДІЛ 3. Особливості застосування соціальних мереж у протестних подіях країн з авторитарним та гібридним режимом.....	45
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78

ВСТУП

Дослідження проблеми є **актуальним**, оскільки починаючи вже з 1990-х років кількість користувачів Інтернету та різноманітних соціальних мереж стрімко збільшується кожного дня. Те, що зовсім недавно сприймали як розвагу та можливість обмінюватися меседжами, читати літературу та дивитися фільми, сьогодні є потужним інформаційним світовим лідером формування думок населення.

У сучасному світі соціальні мережі займають значне місце у процесі становлення демократичної політичної системи, відбудувати яку прагнуть майже всі держави світу. На думку Балуєва Д.Г «...соціальні мережі стають центром обміну думками, актуальною або фундаментальною інформацією» [28, с. 4].

Соціальні мережі становлять певний інтерес для дослідників та є одним із найважливіших об'єктів для досліджень та аналізу в комунікаційному просторі. Основною проблемою для дослідників стає не реальне середовище мережевих структур, а поширення інформації у віртуальному глобальному просторі, що відіграє ключову роль в організації протестних рухів, акцій, мітингів тощо.

Оскільки сучасні протестні рухи, за даними Інтернет видання “The Ball” очолюються та підтримуються в основному молоддю (медіанний вік- 31 рік) [2, с. 2], соціальні мережі стають одним із головних інструментів комунікації між учасниками та організаторами мітингів та найчитабільнішим джерелом інформації.

Метою кваліфікаційної роботи є розкриття сутності поняття «соціальні мережі» та виявлення особливостей їхнього застосування у протестних рухах демократичних країн та країн з авторитарним та гібридним режимом

Головними **завданнями** кваліфікаційної роботи є:

1. Охарактеризувати базові підходи до осмислення поняття «соціальні мережі» та їхньої ролі у сучасних протестних рухах
2. Розкрити інформаційно-комунікативний ресурс соціальних мереж у країнах з консолідованою демократією
3. З'ясувати специфіку застосування соціальних мереж у розгортанні та придушенні протестної активності в країнах з авторитарним та гібридним режимом

Об'єктом дослідження є вплив соціальних мереж на політичну участь громадян

Предметом дослідження є особливості використання соціальних мереж у організації та розгортанні сучасних політичних протестів

Методами дослідження є: історичний (використовувався задля простеження історичних паралелей в еволюції ролі соціальних мереж та впливу на протести), компаративний (використовувався для порівняння різних протестних рухів), структурно-функціональний (використовувався для розкриття структури та функцій соціальних мереж, що задіяні в організації протестних рухів), нормативно-ціннісний метод (дозволив обґрунтувати оптимальний варіант використання інструментарію соціальних мереж у протестних рухах) та метод експертних оцінок (як найближчий прогноз майбутнього розвитку ролі та впливу соціальних мереж на сучасні протестні рухи).

Структуру кваліфікаційної роботи складають вступ, основна частина, яка складається з трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

Обсяг роботи становить 77 сторінок без врахування списку використаних джерел. Список використаних джерел включає 79 найменувань на 9 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ ЇХНЬОГО ВИКОРИСТАННЯ В ПРОТЕСТНИХ РУХАХ

Соціальні мережі сьогодні є унікальним засобом консолідації різних верств населення, груп та організацій на основі спільних інтересів, що призводить до масової комунікації, створення товариств online, які можуть перетворитися у громадські об'єднання та вийти за межі Інтернет простору до реального соціального середовища.

Ушкін С.Г зазначає, що в Інтернет просторі простежується зміна характеру комунікації та тотальне проникнення соціальних мереж у буденне життя середньостатистичної людини [34, с. 113].

В історії не існує періодів незначимих або малозначних, тому що кожен період залишив світові надбання, властиві тільки йому, зробив внесок, який сформував сучасний світ. Починаючи зі стародавніх культур у світі закладаються основи культурних та ідеологічних людських цінностей, які у подальших періодах переосмислюються та набувають нового якісного значення.

Необхідність людей у масовій комунікації та зібраннях простежується ще з Стародавніх часів (передання листів кіннотою, гінці бігуни, під час правління Гай Юлія Цезаря закладено основи для створення власне державної пошти) [38, с. 3].

Інформаційні мережі в Європі (середні віки) - влада, дипломатія, розвідка, католицька церква, монастирі, листування вчених латинською, ярмарки, мандрівні актори, театри, цирки, військові походи тощо, також є прототипами сучасних комунікаційних систем у суспільстві [38, с. 4].

З плином часу канали комунікації, що застосовуються в суспільствах, змінюються і вдосконалюються, відображаючи суспільні трансформації і еволюційні зміни в електоральній комунікаціях.

У соціології існують самостійні дослідження «мережевого підходу» (С. Вассерман, Б. Веллман, Л. Фріман). Виникає більш вузьке поняття веб-сервісу,

який слугує комунікацією між великими та середніми групами та дозволяє об'єднуватися у віртуальні спільноти за інтересами.

Оскільки увесь контент соціальних мереж заповнюється самими користувачами, це визначає особливість їх побудови та змісту. Цифрові платформи надають не лише можливість комунікації між користувачами, а також поживання медіа-інформації, можливість вести політичну, економічну та бізнес діяльності [15, с. 155].

Термін «соціальна мережа» був введений, ще в 1954 році соціологом з «Манчестерської школи» Джеймсом Барнсом, коли самого поняття Інтернету і прототипів сучасних інтернет-мереж не існувало.

Сучасна теорія соціальних мереж бере початок з 1951 року від Анатолія Рапопорта і Рея Соломонофф.

У 1959-1968 роках угорськими математиками Альфредом Рен `ї та Полом Ердосом було написано вісім статей з описом принципів формування та роботи соціальних мереж.

Про соціальні мережі, як окрему концепцію, що досліджувала б наука, стали розмовляти у другій половині 20 століття, тоді соціальні мережі й почали стрімко розвиватися та набувати популярності. Спочатку вони популяризувалися на Заході, трохи пізніше дійшли і до країн Центральної Європи.

Сьогодні, такі терміни, як «спільноти», «чат», «блог» тощо - це лише невеликий вибір з безлічі варіантів термінів, пов'язаних в Інтернеті. Багато людей вже не уявляють життя без соціальних мереж. Для деяких людей це частина рутинного входу - навіть кілька разів на день.

Соціальна мережа - це мережа взаємозв'язків між безліччю «акторів». Їх також називають Інтернет-платформою, на якій ви «зустрічаєтесь» в Інтернеті, підтримуєте контакти, обмінюєтесь думками.

Соціальні мережі можна знайти в багатьох різних сферах життя суспільства. Щоб розуміти закономірності організації пропонується мова та метод теорії. Спілкування становить один із головних шляхів

взаємозалежності, створюючи зв'язки, які зближують людей і канали, за якими протікає інформація.

Цифрові технології прискорили швидкість спілкування та посилили його охоплення; вони також спростили аналіз зв'язку та покращили розуміння того, як мережі опосередковують появу колективних дій [5, с. 32].

З теоретичної точки зору мережі можуть мати важливе значення з двох причин:

1. Вони відкривають шляхи для переміщення інформації;
2. Вони ставлять людей на перехрестя цих шляхів, надаючи різні можливості контролювати або просувати інформаційні потоки

Інтернет-технології нібито дозволяють будь-кому, хто має підключення до Інтернету, стати інформаційним посередником і мати можливість викликати реакції [5, с. 38].

Теорія мережі дозволяє перевірити це припущення, відповідаючи на два взаємопов'язані запитання: Як це реалізується? І які наслідки того, що майже уся інформація протікає в Інтернеті? У контексті даної роботи питання поширення інформації є актуальним, оскільки саме інформація та можливість її передачі допомагають організовувати акції протесту.

Зараз соціальні мережі наймасовіше джерело інформації, що налічує тисячі сторінок статей, новин, сенсацій тощо.

За визначенням Патюка С.В головна відмінність соціальних мереж від традиційних ЗМІ полягає у новому виді стосунків між користувачами та мережами, де останні надають почуття приналежності до певної спільноти...» [20, с. 75].

Усю безліч соціальних мереж, що існують можна класифікувати за такими ознаками: [23. с. 3]

За доступністю:

- Закриті
- відкриті (більшість мереж)

- змішані(найменш поширені, оскільки мають незрозумілі алгоритми роботи для звичайного користувача мережі)

За розташуванням:

- Світові
- мережі окремої країни
- без приналежності до регіону

За спрямуванням:

- Особисті
- професійні
- тематичні

Соліс Б. зазначає, що класифікація соціальних мереж не є вичерпною та продовжує поповнюватися та розвиватися до цього дня [23, с. 3].

Існують і інші класифікації соціальних мереж, наприклад :

Класифікація за призначенням : [45. с. 1]

- Інформаційні соціальні мережі (новини, буденні проблеми)
- освітні соціальні мережі дозволяють студентам вести комунікацію
- мультимедійні та соціальні мережі обміну контентом (статті, відгуки, фотографії)
- мережі соціальних зв'язків дозволяють людям підтримувати зв'язок один з одним. Такі мережі, як Twitter і Facebook, об'єднують людей.
- мережі для торгівлі дозволяють користувачам робити покупки в Інтернеті

У 2004 році Марком Цукербергом була заснована соціальна мережа **The Facebook** (з 2005 року Facebook). Спочатку метою соціальної мережі було надати студентам університету Гарварду можливість спілкуватися між собою, що робило мережу тематичною. На сьогодні, мережа Facebook займає друге місце по популярності у світі після пошукової системи Google.

У 2006 році Джек Дорсі запустив проект **Twitter**, що одразу набрав швидкого темпу розповсюдження. Специфіка Twitter в тому, щоб

обмінюватися короткими, іноді комічними повідомленнями. Входить в 10-ку найпопулярніших сайтів світу.

На території країн СНД соціальні мережі з'являються у 2006 році. Першими великими соціальними мережами були «**Однокласники**» і «**Вконтакте**». «Проект «Однокласники» запущено 4 березня 2006 Альбертом Попковим. Мета- пошук однокласників, вчителів, родичів тощо.

Найвідоміша і популярна соціальна мережа в СНД «Вконтакте» була запущена 10 жовтня 2006 року і позиціонувала себе як соціальна мережа для випускників ВНЗ. Для України доступ до « Вконтакте» заборонений з 17 травня 2017 року, постановою Президента України Петра Порошенка про введення санкцій проти Росії та російських ресурсів [9, с. 247].

У країнах зі сталою демократією мережа також є простором для відстоювання своїх прав від моменту отримання загального доступу до Інтернету. Інструментами відстоювання прав є петиції до депутатів, Президенту, інтернет-лобіювання законів, спілкування з місцевими громадами, благодійність- це все стало буденною частиною життя людини.

Себастьян Валенсуела у статті, опублікованій в American Behavioural Scientist зазначає, що користування соціальними мережами прямо пропорційно вказує на політичну активність, зокрема серед молоді. Пояснюється це так – чим активніше людина в соціальних мережах, тим більша ймовірність її участі у акціях протесту [13, с. 1].

«Facebook, Twitter, соціальні мережі та смартфони назавжди змінили протест», - підсумовує численні дослідження Вікторія Неш з Інтернет-інституту Оксфорда [13, с. 3]. Завдяки Twitter, Facebook, Whatsapp та блогам кожен може спілкуватися з усіма на глобальному рівні.

Інтернет виступає як каталізатор для «глобальних» громадян, які не лише діляться інформацією, але й відчуваються частиною більшої спільноти і,

зрештою, учасниками спільних дій. Мережа, спілкування в режимі реального часу та інтерактивність відкрили шлях до глобальної взаємодії.

Юнгер А, науковець із Бамбергського університету (Німеччина), автор «Путівника по Twitter для активістів», визначає організаційну роль Інтернет-сервісів так: – «...ті, хто протестують, будуть користуватися каналами соціальних медіа, щоб розповсюдити інформацію, яка стосується внутрішніх цілей : де відбудеться зустріч, хто організатор, як відреагують уряд та поліція, а також соціальні медіа є контактом із зовнішнім середовищем, інформує громадськість про природу протесту» [60, с. 5].

Соціальні мережі можуть запропонувати багато можливостей для демократизації, але вони мають небезпечні прояви. Звісно, великою перевагою є швидке та легке спілкування, можна охопити велику аудиторію, щоб висловити свою думку або вести дискусії. Відстань через кордони не є проблемою, але виникає проблема анонімності, наприклад, арабські повстанці можуть поставити свою геолокацію та представити своє місцезнаходження в інших континентах, таких як Європа чи Америка.

За допомогою соціальних мереж повстанці можуть залишатися анонімними, щоб можна було виступати проти диктатури і не боятися наслідків. Як результат, організація демонстрацій безпечніша та легша завдяки швидкому спілкуванню. На відміну від класичних ЗМІ, цензура Інтернету дуже складна, оскільки Інтернет занадто великий для постійного контролю і використовує технічні інструменти, що дозволяють уникнути заборони [71, с. 21].

У той час, можливе навмисне розповсюдження неправдивої інформації і тим самим заміна всіх позитивних характеристик. Крім того, інформацію, що надходить до мережі іноді не можна перевірити. Наприклад, відео з YouTube можна записувати в різних місцях або в різний час, воно може бути записано під будь-яким іменем.

На сьогодні, Інтернет в деяких країнах контролюється настільки суворо, що режим може ідентифікувати особу. У деяких країнах спілкування через соціальні мережі пов'язано з повним відключенням Інтернету, наприклад створення свого внутрішнього Інтернету в Китаї [71, с. 17] або розгляд законопроекту створення «Рунету» в Росії.

Дослідження Кнайер М, професорки політології з Університету Хільдесхайму, демонструють, що насправді публікації в Інтернеті є набагато менш транснаціональними, ніж очікувалося. Повідомлення, що передаються, стосуються переважно національних питань. Звичайно, це не виключає того факту, що окремі рухи тісно пов'язані між собою і що громадяни сприймали це та обмінювалися думками [60, с. 2]. Тим не менше, теми внесків - будь то слово, зображення, посилання - пов'язані з національним контекстом.

Глобальні суб'єкти - такі як МВФ та Світовий банк – і також, реакція спільноти користувачів (вподобання, поділитися та коментарі) залишаються переважно національною.

Результати досліджень підтверджують, що з часом демонструється перехід від реального до віртуального простору. Гібридний характер протестних рухів виявляється також у посиленні аналогового та цифрового активізму, натомість фізичній присутності демонстрантів.

Кнайер М., наводить приклад так званих «гібридних явищ», аргументуючи таку назву так : «...під цим ми маємо на увазі, що ці рухи були найефективнішими, коли була як фізична присутність наметових містечок і демонстрантів, а також віртуальна кімната протесту в Інтернеті...»[60, с. 2].

Існує припущення, що у майбутньому доведеться пристосувати образ використання соціальних медіа в протестних рухах до коригування реальності: щоб соціальні медіа справді слугували для того, щоб дати організаційні підказки, вказати на дискурси або поширити емоції в поєднанні з афективними повідомленнями.

Аналіз протестного спілкування через мережі Інтернет проходить через трьохрівневий аналіз: [18, с. 3].

- глобальної структури мережі;
- місцеві позиції окремих акторів;
- і фактичний потік інформації через ці зв'язки

Це питання теоретично важливе, оскільки структурні прогалини створюють вузькі місця, які можуть обмежити розповсюдження інформації, особливо якщо вони реагують на обмеження накладені офлайн-факторами, такими як приналежність до місцевих груп.

Проаналізувавши дослідження, що буди наведені вгорі можна виокремити такі **типи соціально-мережевої політичної активності:**

- Активні користувачі(постять, поширюють, коментують)
- Одержувачі інформації (сприймають інформацію та емоційні повідомлення, але не поширюють їх далі)
- Активісти «на дивані»(активна участь зводиться до приєднання до групи протесту у соціальних мережах)

Таким чином, активісти можуть створити ілюзію політичної участі. Кнопка «Подобається» на Facebook дозволяє одним натиском у будь-якій локації брати участь у громадському русі. Це створює відчуттєву або символічну участь, яка, тим не менше, має незначний ефект або взагалі не впливає на перебіг протестів.

У дослідженнях протестних рухах також існують різні позиції щодо того, як ефективно здійснювати політичний вплив.

В основному можна розрізнити **два підходи:**

- Перший - дотримуватися децентралізованої, менш організованої, вільної від ієрархії форми співпраці та підтримувати характер руху

- Інший здійснювати більш партійний вплив, що також означає посилення структури та ієрархії. Відповідно до останнього підходу, партія «Подемос» в Іспанії та «Хунтос Подемос» у Португалії «вижили».

Соціальні медіа оцінюються занадто однобічно і часто необ'єктивно, оскільки люди вбачають лише можливість тиску на автократії. Але це лише одна сторона медалі.

Тим часом багато прикладів ясно дають зрозуміти, що не лише демократично налаштовані опозиційні групи можуть користуватися Інтернетом, а й радикальні групи для поширення та мобілізації своїх повідомлень.

Для того, щоб мати змогу працювати з цифровими медіа та їх наслідками, необхідний мережево-реалістичний підхід; це означає, що перш за все дослідники повинні взяти до уваги позитивні та негативні сторони Інтернету, проаналізувати їх, а політичні актори повинні адаптуватися до них. Таким чином, помилка в тому, щоб розглядати Інтернет як негативне явище один раз, а в інший раз аналізувати лише його позитивні сторони, не допускається [60, с. 3].

Оскільки ЗМІ, що представлені в соціальних мережах охоплюють велику кількість населення, вони і виступають основними каналами здійснення маніпуляцій. Виділяють декілька шляхів проведення маніпуляції у широкі маси:

- Сфабрикована інформація, яка видається за справжню. Вигадуються факти та цифри, яких насправді не існує
- Одностороння подача інформації. Тобто, розгляд політичної ситуації в позиції одного кандидата
- Відредаговані інтерв'ю з додатком фактів, які не були озвучені

- Інтерпретація фактів з точки зору представників ЗМІ, зазвичай з вигодою для одного з кандидатів

- Приховування важливих фактів у політичній ситуації

- Голосна назва заголовків, які не відповідають змісту

- Опублікування не актуальної інформації

- Неточне цитування, частина фрази з контексту, приписування інших смислів до висловлювань

З поширенням Інтернету у світі та збільшенням його ролі у повсякденності людини, виникає так звана криза «критичного осмислення дійсності», оскільки штучно створені уявлення нав'язуються індивідам як конкретні та ті, що не підлягають сумнівам.

Користувачі у багатьох соціальних мережах поділяються на «друзів» та тих, хто не входить до цього списку, тож існує експертна думка, про те, що новини у персональній стрічці новин мають змогу впливати на індивідуальну свідомість, викликати різну реакцію та змінювати сприйняття того чи іншого явища, в залежності від того, хто є твоїм «другом» у соціальних мережах.

У той же час, український політолог Бебик В.М. стверджує, що Інтернет є новою формою масової комунікації і об'єднує в собі можливості для ЗМІ та особисті для користувача. Мережа зараз є необхідним чинником політичної мобілізації громадян та координування однодумців [1, с. 232].

Наприклад, вибори 2019 року стали для України наймасштабнішим політичним шоу, де були застосовані майже усі відомі та ефективні політичні технології. Найголовнішою особливістю еволюції політичних технологій є виведення Інтернету та віртуального спілкування кандидатів з електоратом на перше місце.

Успіх президентської кампанії Володимира Зеленського експерти напряму пов'язують саме з використанням нових «не шаблонних» технологій,

насамперед спілкування з електоратом через електронні мережі, що викликають імітацію «зближення» з кандидатом та його командою.

Німецький інститут маркетингу приводить свій рейтинг використання соціальних мереж, та надає цифру у 90% довіри соціальним мережам у питаннях просування та поширення інформації [59, с. 13].

Згідно з дослідженням Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), шість з десяти опитаних компаній заявляють, що їх попередня діяльність у соціальних мережах дала свої результати. Більшість компаній використовують соціальні медіа для розробки власного бренду, за яким слід створювати спільноту в мережах [59, с. 15]. За тим самим принципом діють організатори протестів.

Уебстер Ф. пише: «...треба погодитися, що в суспільстві дійсно отримали розповсюдженні гедоністичні настрої, егоцентризм (хоча правильніше було б сказати не «его», а «децентризм», несфокусованість) і скептичне ставлення до будь-яких проголошених істин, висміювання, а то і ворожість до «експертів», захоплення різними модними новинками, незвичайними відчуттями, схильність до іронії, стилізації і поверховості» [10, с. 214].

Це виявляється у тому, що сучасна людина має недовіру до кожного і у той же час згодна сприймати інформацію як правдиву, якщо в це вірить велика кількість людей.

Контроль інформаційного потоку надає потужність. Ця ідея лежить в основі останніх теоретичних викладів того, як цифрові технології трансформують соціальні рухи та колективні дії.

Цей основний аргумент розроблений у двох різних теоріях: теорії комунікативної сили Кастельса та логіки сполучної дії Бенета та Сегерберга, які пропонують альтернативні підходи про те, чому соціальні мережі трансформують протестні рухи.

У підході Кастельса влада спирається на здатність формувати свідомість громадськості. Це означає, що влада базується на контролі над

комунікацією та інформацією, можливостями держави та медіа-корпорацій або потужністю організацій усіх видів.

Згідно з цим у сучасних суспільствах існує **чотири типи влади**: [34, с. 5]

- Перший, «мережева сила», стосується того, як діючі особи та організації, які включені до глобальних мереж, мають владу над тими, хто не включений;
- другий, «мережева потужність», відноситься до асиметрій, що виникають внаслідок узгодження стандартів: влада здійснюється не шляхом виключення з мереж, а шляхом встановлення правил включення;
- третій, «мережева влада», відноситься до влади, яку мають деякі соціальні суб'єкти над іншими суб'єктами в тій же комунікаційній мережі;
- четвертий, «сила створення мереж», яка виникає внаслідок здатності будувати та програмувати мережі відповідно до інтересів та цінностей «програмістів».

Ця остання форма влади, як зазначає теорія, є найважливішою в сучасному суспільстві та стрижнем того, що Кастельс називає мережевими соціальними рухами [50, с. 32].

В описі своєї теорії мережі Кастельс стверджує: «...звичайно, мережі формуються учасниками в їх мережевих зв'язках. Але хто ці дійові особи та які їхні мережі - це питання конкретної конфігурації мереж у кожному конкретному контексті та в кожному конкретному процесі [50, с. 55].

Натомість теорія підтверджена такими висловами: «...рухи вірусні, слідує за логікою Інтернет-мереж...», або «горизонтальність мереж підтримує співпрацю та солідарність, одночасно підриваючи необхідність офіційного лідерства». Ці твердження суперечать багатьом практичним доказам, отриманим в результаті мережевих досліджень та аналізу комунікації в мережі.

У підході Бенета і Сегерберга, з іншого боку, спілкування стає новою формою організації. За їхніми словами, цифрові технології вимагають зміни існуючих традицій, що склалися у соціальному спілкуванні, зокрема й у спілкуванні через мережі [44, с. 12].

Ці парадигми підкреслюють важливість мобілізації ресурсів, раціонального прийняття рішень та постійного розмірковування про витрати та переваги колективних дій; цифрові технології, стверджують вони, вимагають нової логіки «сполучної дії», яка впливає із широкомасштабної персоніфікованої та опосередкованої цифровим політичним ідеї: «ідеї та механізми організації дій стають більш персоналізованими, ніж у випадках, коли дії організовуються на основі ідентичності соціальної групи, членства або ідеології» [44, с. 17].

Теорія стверджує, що комунікаційні мережі формулюють цей тип персоніфікованої політики; але знову ж таки, теорія не надає вказівок для характеристики мереж, оскільки вони сприяють (або не сприяють) організованим діям.

Теорія, яка бачить у мережах основу соціального та політичного життя, отримала б велику користь від більш точної перевірки того, як ці мережі формуються та функціонують.

Інші повідомлення про протести та суперечки відходять від цих теоретичних конструкцій.

П. Гербаудо, італійський соціолог, стверджує: «...соціальні медіа насправді сприяли зростанню складних і «рідких» або «м'яких» форм керівництва, які використовують інтерактивний та спільний характер нових комунікаційних технологій» [56, с. 46].

Альтернативне дослідження єгипетських протестів 2011 року стверджує, що мережі соціальних медіа «можуть викликати інформаційні каскади через ефекти їх взаємодії з незалежними ЗМІ та організаторами» [55, с. 5].

Наступне дослідження єгипетської мобілізації показало, що використання соціальних медіа позитивно вплинуло на рішення почати протести. Аргумент ще раз спирається на припущення, що мережі в Інтернеті сприяли потоку інформації [55, с. 6].

Загалом огляд літератури свідчить про те, що мова мереж стала загальною валютою в різних спробах зрозуміти соціальні рухи в епоху цифрових технологій.

Мережі, які слугують базою для зародження протестних дій, відрізняються своїм функціоналом та обираються в залежності від того, чого протестувальники хочуть досягти, через використання техніки соціальних мереж та протесту загалом.

Однак, щойно описані теоретичні виклади занадто неоднозначні за своєю термінологією, щоб дати точну відповідь на усі питання. Соціальні мережі відіграють все більш важливу роль у житті сучасної людини, а їх політичні наслідки є гострою суперечливою темою.

Оптимісти стверджують, що соціальні мережі можуть розширити можливості простих громадян і слугувати «технологією визволення», використання якої призведе до швидшої демократизації в авторитарних країнах та зробить політиків більш відповідальними [53, с. 69].

Поширення мобільних телефонів в Африці та результати, які це дало підтверджують ідею про те, що нові комунікаційні технології можуть допомогти в масовій політичній мобілізації [53, с. 74].

З іншого боку песимісти стверджують, що самодержавні уряди пристосовуються і вміють використовувати соціальні медіа для власної вигоди, наприклад за допомогою таких інструментів:

- онлайн-цензура,
- спостереження та інтенсивне використання інтернет-ботів і тролів
- підживлення провладної аудиторії у соціальних мережах

Наприклад, через це у демократичних країнах соціальні мережі часто звинувачують у загостренні політичної поляризації, поширенні ксенофобських ідей та пропаганді фейкових новин [54, с. 6].

Таким чином, провівши теоретико-методологічне дослідження засад поняття «соціальні мережі» за допомогою історичного та структурно-функціонального методів, доцільно підсумувати загальне та оптимальне **визначення соціальних мереж** та їхньої ролі у протестних рухах:

Соціальні мережі— це сервіс для підтримки соціальних зв'язків в Інтернеті. Важливим елементом соцмережі є контент (зміст, інформація), створений користувачами [1, с. 415].

Соціальні мережі — це інструмент. Будь-якому інструменту потрібне призначення. Для об'єднаних громад цим призначенням є комунікація зі своїми мешканцями поза живим спілкуванням та комунікація зі світом: гостями та туристами, інвесторами та бізнес-партнерами, експертами та міжнародними проектами, дружніми громадами із усієї України та світу [1, с. 416].

Особливості використання населенням соціальних мереж у протестних рухах зумовлюються можливостями комунікації «в мережі». Вони впливають на характер соціальних зв'язків за допомогою своєї структури, багатофункціональності, розшарованості та нелінійності. Саме за допомогою цифрових платформ виникає можливість передавати інформацію у короткий строк та обирати аудиторію, що отримає повідомлення.

Особливості використання владою соціальних мереж у протестних рухах зумовлюються можливістю контролювати перебіг подій, подальші плани щодо мітингів та протестів, а також ймовірність створення та передачі інформації великій кількості населення, що підтримує владу .

Тож, продемонстровано, що сучасні соціальні мережі є не лише засобом комунікації та новим засобами масової інформації, а й активним учасником формування сучасного суспільства, що виконує функції побудови нових ціннісних вимірів всередині країни.

РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНФОРМАТИВНО-КОМУНІКАТИВНИЙ РЕСУРС У ПРОТЕСТНИХ РУХАХ КРАЇН КОНСОЛІДОВАНОЇ ДЕМОКРАТІЇ

Оскільки метою кваліфікаційної роботи є розкриття сутності поняття соціальні мережі та виявлення особливостей їхнього застосування у протестних рухах відносно країн з консолідованою демократією та країн з гібридним та авторитарним режимом, необхідно провести методологічне дослідження класифікації режимів як таких, що мають ознаки демократії або ж авторитаризму чи містять в собі ознаки цих двох режимів, що дістає назву «гібридний режим».

Теоретично-методологічною базою такого дослідження є підхід, за яким Індекс демократії наводить країни та критерії за якими ці країни набувають статусу « демократичні» чи « недемократичні».

Індекс демократії (англ. Democracy Index)- це індекс 167 країн, складений британськими дослідниками з компанії «Economist Intelligence Unit» [73, с. 1]

При розрахунку беруться до уваги такі ознаки та характеристики країн:

- вільні вибори та плюралізм думок
- громадянські та особисті права і свободи
- легітимність правління
- політична заангажованість населення
- політична культура тощо

Також зазначаються інші показники демократії, наприклад ті, що демонструє організація «Freedom House», і на основі наведених вище критеріїв країни типізуються.

Типи режимів за класифікацією: [73, с. 1]

1. **Повноцінні (ліберальні) демократії** – такими визнаються держави, в яких існують повноцінні права та свободи особи та громадянина, що поважають та підтримуються урядом. Політична культура таких держав сприяє встановленню та збереженню демократичних принципів. Характерні особливості: незалежна судова гілка влади, система «стримувань та противаг», незалежні ЗМІ, у тому числі й соціальні медіа. З недоліків названі лише обмежені проблеми в функціонуванні повноцінної демократії.
2. **Недосконалі (неліберальні) демократії** – держави, що мають справедливі та вільні вибори з дотриманням основних прав і свобод людини та громадянина, але мають проблеми з цензурою у ЗМІ, в тому числі і в соціальних мережах. Політична культура є менш розвинута, аніж у державах з повноцінною демократією, а політична участь громадян має низький рівень залучення.
3. **Гібридні режими** – держави, що декларують вільні та справедливі вибори, а на ділі вони такими не є. Уряд зазвичай здійснює тиск на політичних опонентів, судова гілка влади є недостатньо самостійною та неупередженою, має місце корупція та заангажовані ЗМІ. Політична культура таких держав розвинута слабо, а рівень участі в політиці є низьким.
4. **Авторитарні режими (автократії)** – держави, для яких характерними є відсутність плюралізму думок, наявність традиційних абсолютних монархій, з де-юре демократичними інституціями, а де-факто з повною відсутністю останніх. Цивільні свободи порушуються, а вибори, якщо вони взагалі відбуваються мають зрозумілий результат. ЗМІ та соціальні медіа є повністю контрольованими та належать державі.

На підставі такого розмежування компанією «Economist Intelligence Unit» та організацією «Freedom House» у розділі виокремлено ряд країн, які мають статус «демократичних» та заслуговують на детальний розгляд у кваліфікаційній роботі. Такими є Франція та протестний рух «Жовті жилети»

у 2018 році та США з протестними рухами, що дістали назву “ Black Lives Matter” у 2020 році.

Вже за останні два десятиліття характер комунікацій змінився. Зокрема соціальні мережі та соціальні медіа формують новий вид спілкування, як в політичній комунікації, так і в міжособистісній.

Вимальовуються також і нові види цифрового мережевого спілкування: від таких платформ, як Facebook, YouTube, Instagram або Twitter, в яких спілкування відбувається через блоги до таких додатків як WhatsApp або Snapchat.

Сьогодні усі відомі пошукові системи функціонують за допомогою алгоритмів, що аналізують поведінку в мережі та індивідуальні вподобання кожного з користувачів тієї чи іншої соціальної мережі, та на основі цих даних виводять у стрічку новин ту інформацію , яка за думкою системи, буде цікавою та актуальною саме цьому користувачу.

Цифровий звіт про новини за 2017 рік зазначає, що молоді люди (до 35 років) бачать усі політичні дискусії та узнають новини саме за допомогою соціальних мереж, а оскільки великі мережі використовують алгоритми, існує ймовірність контролю за наданням певної політичної інформації користувачу [58, с. 1].

Згідно з результатами звіту у Німеччині 29 відсотків опитаних використовували соціальні мережі як джерело новин, а у Португалії та Іспанії це значення було значно вищим, відповідно 62 та 58 відсотків. Також звіт зазначає, що Facebook вважається найважливішим джерелом новин у галузі соціальних мереж [58, с. 2.] З використанням таких алгоритмів виникає небезпека створення «інформаційної бульбашки», що дозволяє людині не бачити суперечливі думки її думці, оскільки підбір новин базується лише на індивідуальних вподобаннях.

Однак з точки зору політики це особливо добре працює в двопартійній системі, такій як США, в якій є чітка політична протилежна сторона. Отже, вже існуюча поляризація може бути посилена механізмами соціальних медіа.

Дослідники з Дрездена у своїй роботі « Поляризація через соціальні медіа» доводять, що у країнах зі сталою демократією, таких як США, Франція, Норвегія, Швейцарія тощо, використання соціальних мереж може сприяти поляризації політичної проблеми, тож зазначають необхідність введення медіа-освіти задля протидії соціальному поділу. Однак, як зазначає ця робота дослідження зовсім нові та потребують подальшого аналізу [60, с. 4].

Такер Дж, політолог із США, зазначає на прикладі Дональда Трампа використання соціальних мереж у демократичних державах, називаючи Президента «Президентом у Twitter» [75, с. 53].

По-перше, соціальні мережі суттєво розширили сферу діяльності Президента. Саме там Трамп мав змогу спілкуватися зі своїми виборцями у режимі реального часу за допомогою свого блогу, тому не мав залежності від традиційних ЗМІ. Однак, для населення це ускладнило розуміння правдивості новин, оскільки Трамп міг перевести свій твіт, наприклад, «у жарт».

По-друге, відбулося усвідомлення сили технологій у президентських кампаніях, оскільки кожен, хто має аккаунт у соціальних мережах є безпосереднім учасником політики, на яку може впливати та потенційним учасником протестів. Це простежується також на прикладі Трампа, коли Twitter та інші платформи вирішили його заблокувати.

У таких випадках соціальні мережі виступають арбітрами, і дозволяють визначати норми демократії громадянам, а не конкретним політикам, однак не встановлюють правила політичної участі. Це звісно впливає на політичні події в наші дні в конкретній країні, але також поширюється і на довгострокові протестні події в усьому світі.

а.) Протестний рух у Франції « Жовті жилети» та соціальні мережі (2018 рік)

Рух «жовтих жилетів» виникає у Франції в кінці 2018 року, як реакція на збільшення податків на дизельне паливо та бензин, під гаслом «Більше справедливості- більше демократії».

Далі умови та вимоги протестуючих зросли, населення Франції вийшло на вулиці для підтримки реального політичного плюралізму та багатопартійної системи. Рух швидко став масовим та отримав підтримку лівих та правих опозиційних лідерів.

Жителі Франції виклали умови для влади, які склалися з більш ніж 20 пунктів. Деякі з них:

- Підняття прожиткового мінімуму та пенсій мінімум на 40%
- скасування внутрішнього боргу, як неіснуючого
- внесення змін до Конституції з повнотою влади народу
- «Фрекзйт»- вихід з ЄС, власна валюта, економічний суверенітет тощо.

Французькі дослідники зазначають, що головною «перемогою» руху є те, що звичайні громадяни почали виходити і відстоювати свої права, що не є звичним для країни з усталеним демократичним режимом.

Ред'є П. пише : «...зараз громадяни реагують і обмінюються своїми ідеями в соціальних мережах, на мітингах та в робочих групах. Багато людей вперше усвідомлюють свою владу. Люди менше звільняються, ніж було раніше. І інші громадянські рухи, які зараз з'явилися по всьому світу, додають тут багато сміливості...» [66, с. 5].

У будь-який період історії комунікація та комунікативні технології були важливою ланкою у формуванні та розвитку суспільних рухів, наприклад брошури Мартіна Лютера або телевізійні трансляції. Завжди такі технології демонстрували здатність мобілізувати великі маси на відстані. Донині соціальні рухи використовують сучасні технології для мобілізації людей у

всьому світі, причому особливу увагу заслуговують знову соціальні мережі, такі як Facebook та Twitter.

Глад В., французький журналіст, називає Facebook найкращим союзником руху «жовтих жилетів», оскільки алгоритм платформи дозволив новинам потрапляти у стрічки населення Франції та усього міжнародного співтовариства [66, с. 33].

У 2016 році французьке співтовариство звинуватило Facebook у розповсюдженні фейкових новин на фоні президентських виборів, тому Марк Цукерберг у своєму листі «Розбудова глобальної спільноти», зазначив, що платформа тепер налаштована на взаємодію між конкретними особистостями, що допоможе залучити громадян у всьому світі до прийняття колективних рішень.

Протестний рух жовтих жилетів у Франції є міжнародним відомим. Також тому, що ЗМІ масово про це повідомляють. Тим не менше, під час демонстрацій на журналістів часто нападають.

Багато учасників руху вважають, що традиційні ЗМІ викривляють або недостатньо висвітлюють ситуацію, тому переважно читають та пишуть у соціальних мережах, по типу Twitter та Facebook [66, с. 32].

Порівнюючи з минулими протестами даний протестний рух зародився виключно у соціальних мережах, як онлайн-петиція про зменшення цін на паливо, однак петиція була помічена лише після опублікування у французькій газеті «Parisien».

Філу Ф., науковий співробітник Стенфорда, при аналізі ЗМІ у Франції зазначив, що традиційні ЗМІ зараз мають менший рівень розвитку, ніж соціальні медіа в Інтернеті [64, с. 8].

Після виходу демонстрантів на вулиці французькі журналісти у Twitter пишуть, що «жовті жилети» матеріалізувалися завдяки групам у Facebook.

Тому подальша доля таких протестів не ясна, оскільки групи можуть включати в себе токсичні елементи та людей з різними поглядами. Майбутнє такого руху може бути як песимістичним так і навпаки, що нам продемонструє лише час.

Під час протестів у соціальних мережах з'явилося безліч публікацій та посилянь, а також відбувався не лише обмін інформацією, а й поява тролів та фейкових новин.

Тож, Facebook виступав як платформа для спілкування, об'єднував групи людей, що виходили на вулиці під час протестів та допомагав координаторам дистанційно надавати послуги з консультування протестуючим.

Також соціальні мережі стали своєрідним підтвердженням думок кожного громадянина, оскільки люди побачили скільки однодумців вони мають, і що з цим можна зробити.

Однак, як і у будь-якого явища у соціальних мереж є і слабкі сторони, такі як неможливість сформувавши консенсус між різними групами населення та неможливість оформлення та висування спільних вимог.

Тан Д., працівник Facebook та активний учасник руху «жовтих жилетів» зазначає : « це особистий щоденник, кожен розповідає свої життєві історії. Це не ідеальний засіб, люди роблять речі лише тому, що це було написано організаторами , і часом це відбувається бездумно» [70, с. 156].

Для протестів важно бути у групі, у той час як соціальні мережі навпаки формують та заохочують індивідуальність, тому так важко досягти компромісу серед особистостей, яких «виростила» цифрова платформа, оскільки цінності та інтереси є дуже вузькими та роздробленими.

«Тут нам потрібна допомога таких організацій, як профспілки. Вони також не ідеальні, у них є операційні проблеми, але вони є машинами для

колективних вимог. Вони наводять порядок, розставляють пріоритети та організовують великі групи людей»- підсумовує Д. Тан [70, с. 202].

У свою чергу, Лама С., конфедеральний секретар великої французької профспілки Force Ouvrière (FO), поясняє, що профспілки є менш помітними, аніж активісти, які працюють індивідуально, і часто є нібито «за лаштунками», однак проводять не меншу мобілізаційну та роз'яснювальну роботу в мережах і ведуть перемовини з представниками уряду [70, с. 204].

Лама вважає, що останні роки профспілки намагалися передати це невдоволення, але їх не почули. «Кампанію по підриву профспілок очолювали послідовні уряди. Вони хочуть уникати обговорень з посередницькими органами », - зазначає профспілковий представник.

Соціальні мережі хоча й є націленими на індивідуальність висловів, але гуртують людей навколо ідеї, тож «жовті жилети» не відмовлялися від ідеї обрати лідерів або представників не через традиційні канали комунікацій, а саме через онлайн платформи, іноді навіть в дистанційному режимі.

Послідовники ідей революцій у Франції розробляють інструменти для голосування в соціальних мережах для обрання представників з двох регіонів. Це б дозволило активістам познайомитися з більшою кількістю учасників через відео зв'язок і виступити кандидатами від свого регіону.

«Залишається з'ясувати, як електронне голосування може бути реалізоване на практиці. Нам потрібна сертифікація, щоб бути впевненими у достовірності висновків », - пояснюють активісти у мережі [70, с. 212].

Саме у голосуванні автори ідеї намагаються використовувати інші платформи, відмінні від Facebook, з метою уникнення слактивізму та клікізму, фейкових лайків та поширень «від нудьги».

Однак, такою ідеєю задоволені не усі. Наприклад, автор петиції проти подорожчання палива, з якої і почалась революція «жовтих жилетів» зазначає,

що такий інструмент дозволить потенційно використати сили руху у своїх власних інтересах представників регіонів.

Французькі платформи соціальних медіа, як домінуючі у системі цифрового спілкування відігравали центральну роль у процесі розбудови ідентичності протестів.

Гербаудо П., у своїй праці «Дослідження поняття «ми» у соціальному медіа-активізмі: введення до спеціальних проблем у соціальних медіа та протестній ідентичності» зазначає, що практики соціальних медіа, які прийняли активісти протестів, такі як твіти, меми, управління контентом, використання хештегів, створення колективних чатів та ведення дискусій у WhatsApp, висвітлюють трансформації в процесі колективної ідентичності, включаючи зміни у змістах протестної ідентичності [56, с. 5].

Нові ЗМІ запускають процес побудови ідентичності в сучасних протестних рухах, а соціальні мережі як платформи, на яких формуються та аналізуються нові ідентичності у протестах.

Тож, колективна ідентичність не зникла з горизонту сучасної активності, і досі є ключовим питанням для активістів та науковців, як визначальне для розуміння виникнення, наполегливості та занепаду протестних рухів, а також для розрізнення їх значення та світогляду.

Проте, як зазначають дослідники це особливе питання, і колективна ідентичність залишається складним і суперечливим поняттям, яке несе велику кількість теоретичних припущень і потребує подальших концептуальних уточнень та емпіричне точне налаштування [72, с. 1560].

Бакард'єва М., аналізуючи поняття «ми» у соціальних мережах доходить висновку, що поняття колективної ідентичності у революції «жовтих жилетів» підтверджує необхідність врахування історичних та культурних традицій у протестних діях, які саме й формують зміст та значення активності в соціальних мережах [7, с. 29].

Суттєво новим у протестах через соціальні мережі є можливість об'єднатися у різних кутах країни та стати «ближче», аніж сусіди. Платформи скасували обмеження, що були присутні у протестних рухах ще ХХ століття, даючи новий поштовх для розвитку революційної діяльності.

Сандер ван Гаперен застосував інноваційну комбінацію якісних джерел, географічного аналізу та цифрових методів. Це дозволило йому скласти структуру мереж протягом довших періодів та різних місцеположень.

«Тепер ми можемо скласти карту, як, де і коли люди з певною точністю спілкуються за певними темами в Інтернеті. Це породжує переоцінку існуючих поглядів на розподіл протесту та керівництва» [2, с. 13]. Отже, саме через появу соціальних мереж створилися нові способи передачі емоцій, наприклад смайли, емодзі або швидкі реакції.

Крім того, лідери протестів в одному місті можуть надихати інших в інших містах або навіть країнах на активність та давати їм поради на відстані.

Підсилення протестів через Facebook пояснює збільшення кількості протестуючих на вулицях, що змушує уряд приймати це до уваги та йти на перемовини.

Звісно, Франція має довгу та глибоку історію політичних процесів, з використанням соціальних мереж та без. Однак, у сучасності майже 52% населення користуються соціальними мережами активно (постять, поширюють, лайкають тощо), і багато інформаційних каналів заповнені постами та зображеннями протестів.

Цифрові платформи під час протестів перетворюють пересічних громадян у політичну силу, що має великий вплив на уряд та ситуацію у країні.

Французькі протести, як і багато із світових протестів, потерпають від дезінформації, що ще більш підсилюють агресію під час протестних рухів, наприклад, після страсбурзької стрілянини, деякі користувачі груп Facebook

помилково звинуватили уряд Макрона у використанні нападу як диверсії. Це змусило деякі групи тимчасово відключити коментарі [70, с. 199].

Можна зазначити, що досвід вже проаналізованих протестних продемонстрував необхідність контролю та розуміння наслідків інформації, що розповсюджується через соціальні мережі та медіа, вивчення моделей протестних рухів, що створюються та мобілізуються в Інтернеті, а також вплив на індивідуальну політичну участь населення.

Зараз Інтернет революції та цифрові соціальні медіа слугують широким колом досліджень французьких та іноземних дослідників по всьому світу.

Політичний процес завжди є соціальним явищем, що виникає у відносинах держави та громадянського суспільства та може приймати форми як насильницького так і ненасильницького протестів.

Це часто базується на історичних засадах та традиціях, і визначають поведінку учасників. Тому протести досліджуються не лише політологами, а також соціологами, психологами, філософами, професорами права та історії тощо.

На прикладі протестів у Франції 2018 року дослідники аналізують теорію мобілізації ресурсів(TMR), що розроблена як реакція на можливості раціонального вибору [70, с. 208.]

На відміну, від теорії «скарги», де учасники протестів знаходяться там через невдоволення і це є головним стимулом, для TMR навпаки існує залежність між сильним громадянським суспільством та державою, що гарантує права і свободи у забезпеченні сприятливих умов для вистоявання таких прав і свобод та для боротьби з корупцією.

На цю тему Фріман Дж., написав роботу « Політика жіночого звільнення: дослідження виникнення соціального руху та його співвідношення з політичним процесом» , в якій докладно пояснює взаємозалежність

виникнення протестних рухів і ресурсів, які мають громадянські суспільства [65, с. 34].

Автор виділяє дві гілки соціально-політичних рухів, що відбуваються у ліберальних або ж авторитарних суспільствах.

Інструментами мобілізації ресурсів для ліберальних суспільств є :

- петиції
- лобіювання
- заклики громадян
- судові рішення
- підвищення рівня освіти

Для авторитарних суспільств це:

- зміна законів
- реформування інститутів
- структура зайнятості

Оскільки сьогодні майже всі країни світу мають прогрес у економічному розвитку, створюється більш щільна комунікаційна інфраструктура, а Інтернет виявляється ключовим чинником формування протесту.

Наявність в комунікаційній інфраструктурі Інтернет-комунікацій дозволяє активістам створювати групи і спілкуватися на великих відстанях.

Таким чином, така технологія становить важливий ресурс для співпраці між групами та для оскарження ідей соціальної ізоляції, яка зазвичай присутня в авторитарних режимах.

Протести у Франції відносяться до класифікації сучасних протестів, отже розглядаються як суб'єкти політичних зрушень, а не результатом течії історичних процесів та рішень.

Зараз дослідники відмовляються від розгляду протесту як такого, що виникає автоматично і стихійно, а як такого, що має свою мету, а боротьба триває не завжди за вже відомий результат, він може бути встановлений під час протестів.

Якщо розглядати Інтернет протести у рамках системної теорії, то вони маркуються як патологія, дезорганізація ті підриг існуючих постулатів суспільства, однак в сучасному світі, у рамках підходу раціонального вибору це є своєрідною формою досягнення політичних цілей, за неможливістю прояву будь-яких інших.

Лазарев С., у роботі «Використання теорії мобілізації ресурсів в рамках соціально-політичних змін та рухів» пропонує розглянути протести згідно з двома протилежним підходами:

Рухи «знизу»:

- рівень невдоволення критичний
- вибух є спонтанним, який згодом набуває організації та лідерів, іноді ідеологію

Структурні рухи:

- цілеспрямовані дії колективу, коли є сприятливі умови для зародження руху
- досягнення специфічних політичних цілей
- залежність від ресурсів, можливостей продовження та розвитку рухів [14, с. 156].

Використання Інтернету також прямо пов'язано з використанням доступних ресурсів, оскільки доступу до великих ЗМІ активісти часто не мають, а інформаційного ресурсу критично не вистачає.

Також, без доступу до ЗМІ активісти стикаються з проблемою невірного висвітлення ідей, особистості та іміджу, а також ігнорування.

Інтернет у цьому випадку виступає таким своєрідним «сарафанним радіо», що дозволяє створити активістам необхідну середу інформації серед населення.

Отже, теорія мобілізації ресурсів вказує, що лише за наявності необхідних ресурсів протест можливий. Здатність його учасників залучати ресурси, проводити мобілізацію, об'єднуватися в групи – є ресурсами для успішного руху.

Мережеві зв'язки мають таку перевагу в організації протестів, як попередність. Незалежно від бажання, маленька частка людей згодна брати участь у протесті, про який нічого не відомо та без попереднього контакту з організатором.

Тож, суттєвим елементом мобілізації є інформованість про майбутню акцію протесту, а ймовірність мобілізації людини зростає із збільшенням ступеня довіри до соціальних мереж.

Полегшується процедура членства в організаціях, які представлені онлайн, що в свою чергу дозволяє швидко отримувати інформацію про майбутні протести.

Як зазначає дослідник Фріман Дж., «...колективні ідентичності функціонують як вибіркові стимули, що спонукають до участі, забезпечуючи потенційному учаснику почуття членства в групі, солідарність та опозиційне відчуття «ми» проти «вони»» [66, с. 43].

Тож, можемо зробити такий висновок. Соціальні мережі дійсно тісно переплетені з поняттями «протест», «революція», «заворушення» тощо, оскільки є альтернативним інформаційним каналом із додатковим функціоналом – не лише читати новини, а й створювати їх.

Алгоритми таких мереж як Facebook або Twitter дозволяють просувати публікації щодо протестів одразу із посиланнями на сторінки активістів, що можна розглядати як з позитивного боку, так і з негативного.

Очевидно, що Facebook є важливою сполучною ланкою у протестах «жовтих жилетів», однак дослідники зауважують, що потрібна обережність у висловлюваннях, щодо підтримки опозиціонерів адміністрацією платформи. Якщо не вірно аналізувати причинно-наслідкові зв'язки, існує ймовірність невірного трактування усіх сучасних протестних рухів та ролі соціальних мереж у них.

Наприклад, дослідження подій «арабської весни» показали, що хоча соціальні медіа є важливим структурним елементом, що сприяє швидкому та організаційному потенціалу протестів, але його використання майже завжди слідувало, а не керувало основною політичною діяльністю - тобто воно було супроводом широкої політичної динаміки, а не їх рушієм. Twitter або Facebook могли прискорити або посилити цю динаміку або стати полем для їх взаємодії, але вони не були першопричиною.

Звісно, соціальні мережі мають велике значення для протестів «жовтих жилетів», але думка про те, що французький народ вийшов на протести через «силу цифрових платформ» є не досить вірною, оскільки апогеєм невдоволення була політика, яка проводилась урядом Франції.

Отже, у ролі соціальних мереж у протестах Франції можна простежити перший принцип відносин Інтернету до протестних рухів, сформульований політологами Гаді Вольфсфельдом, Еладом Сегевом та Таміром Шифером у статті «Соціальні ЗМІ та арабська весна: політика на першому місці»: «...не можна зрозуміти роль соціальних медіа в колективних діях, не врахувавши спочатку політичне середовище, в якому вони діють...» [64, с. 34].

б.) Протестний рух в США “Black Lives Matter” та соціальні мережі (2020 рік)

З 26 травня 2020 року США почали струшувати значні протести, які, починаючи з Міннеанapolisа, розповсюдилися усією країною.

Причиною понад 4500 демонстрацій стала смерть Джорджа Флойда, що викликала народне обурення, як на вулицях США, так і в соціальних мережах.

Келов-Беннет Л., доцент кафедри афроамериканських та африканських досліджень Мічиганського університету, зазначає : «...отже, 2020 рік - це справді напружений рік, коли це відбувається... у нас є ці соціальні повстання і пандемія...» [42, с. 12].

Оскільки літо 2020 у США було ознаменоване активним зростом протестів, але пандемія коронавірусу внесла свої корективи до вуличних протестів, більшість із них не згасли, а перейшли до он-лайн.

Боуен А, кандидат історичних наук в Університеті Північної Кароліни, вважає, що соціальні рухи, що мають місце бути на вулицях, майже завжди підживлюються через соціальні мережі [48, с. 5].

Приводяться у приклад « Арабська весна» та рух «Окупуй Уолл-стріт», що були у 2010-х роках, і вважаються зараз «прародичами» сучасних цифрових технологій протесту.

Також, Боуен наголошує на тому, що саме через пандемію протести “Black Lives Matter” дістали таку популярність, оскільки люди спостерігали за подіями в реальному часу он-лайн, не виходячи з дому, що значно поширило інформованість про причину протестів та розгортання самих протестних подій [48, с. 7].

Однією з ключових особливостей руху “Black Lives Matter”, як підкреслює одноіменний хештег, є невід’ємна роль, яку відіграють соціальні мережі у глобалізації проблеми чорношкірого населення по всій країні, а згодом і в усьому світі. Роль соціальних медіа у всьому світі можна побачити

в міських протестах та революціях, таких як Арабська весна в Єгипті та Тунісі, рух Зелених в Ірані та рух Індігнадос в Іспанії.

Прихильники руху “Black Lives Matter” не тільки використовують соціальні медіа як засіб демонструвати індивідуальну підтримку, але вони також використовують цей інструмент для організації протестів, зв’язку з іншими прихильниками, спілкування та обговорення їх цілей та вимог, а також передачі їх порядку денного та колективних вимог.

На сьогодні, Інтернет-протести 2020 року в США вважаються одними із наймасштабніших в історії цифрових технологій. На прикладі протестів в США можна проаналізувати два підвиди Інтернет протестів: мікро-протест та макро-протест:

- мікро-протест – це протест окремої групи людей, що зв’язані певними характеристиками: колір шкіри, релігія, мова, сексуальна орієнтація, тощо.

Іноді мікро-протест переростає у макро-протест, як це і сталося в Америці.

- макро-протест – це протест значної кількості людей, не обов’язково зв’язаних певними характеристиками, що були перелічені зверху. Виникає при обуренні ситуацією більшості населення будь-якої країни.

І мікро і макро-протести можуть відбуватися як оф-лайн, так і через соціальні мережі. Соціальні медіа змінили спосіб, яким активісти намагаються усунути цю несправедливість та збільшити участь недостатньо представленого населення.

Рух "Black Lives Matter" стимулював вийти демонстрантів проти жорстокості поліції, расової сегрегації та несправедливості в США. Black

Lives Matter виражається за допомогою соціальних мереж із культовим хештегом #BlackLivesMatter, що сприяє міським протестам у багатьох містах.

Кларк М., професор з медіа-досліджень з Університету Вірджинії, зазначає, що саме рух 2020 року показав, що населення розуміє, як використовувати хештег, оскільки ще в 2014 році, на прикладі Майдану в Україні, протестанти мали лише уявлення, що вони існують, але розуміння масштабів ще не було [61, с. 98]. Зараз це щось типу тихого фонового шуму, що дозволяє зв'язатися між собою в соціальному просторі.

Однією із головних соціальних мереж в США є- Twitter. Тому саме в цій соціальній мережі люди масово збирали пожертви, згуртовувалися у групи, бачили повідомлення про збір або нову інформацію з міст подій.

Також, така популярна соціальна мережа як Instagram, надає статистику про використання близько 25 мільйонами людей хештегу #BlackLivesMatter, при цьому надаючи не менші цифри використання хештегу #BlackoutTuesday, що припало на « Чорну п'ятницю».

Такі виконавці, як Тобі Нвігве(Tobe Nwigwe), використовували TikTok, щоб поділитися своєю піснею "I Need You To", яка стала гімном єдності населення та поліції [42, с. 12].

Під час подій 2020 року в Америці нікуди не поділися й мему, автори яких мали на меті будь-яким засобом підвищити обізнаність населення. Л. Келов-Беннет зазначає, що мему допомагали людям зрозуміти кількість підтримуючих протестуючих та долучитися «до друзів» або навпаки, видаливши їх.

Користувачі соціальних мереж поділилися на два фронти, перші вимагали у соціальних мережах відповіді від влади, та закликали до справедливості, у той час як інші- закликали до притягнення до відповідальності самих соціальних мереж та платформ, типу TikTok, чиї алгоритми не показували відео афроамериканців та інших представників

чорношкірого населення так швидко, як відео представників інших рас, звинуватив платформу в расизмі. Тож, додаток змушений був принести вибачення та змінити алгоритми.

Дослідники, які аналізують події в США, вбачають значний приріст явища «слактивізм» в Інтернеті, хоча й зазначають що «активізм» та «слактивізм» завжди знаходяться поруч і виокремити один від іншого доволі важко [42, с. 32].

Активізм- активні дії офлайн чи онлайн, такі як участь у протестах, стрімінг подій у реальному часі, фінансова допомога, волонтерство тощо.

Слактивізм- це псевдоактивні дії офлайн чи онлайн, що не мають ніякого сенсу, але надають людині відчуття значимості. До нього відносять зміну статусу у Facebook, Instagram або Twitter, лайки на фото протестів, ретвіти важливих повідомлень.

Сьогодні ведуться дослідження, щодо користі слактивістів, що знову поділяє дослідників на дві групи: тих, хто вважає, що мала справа завжди веде до великою, і тих, хто вважає, що такі незначні дії не можуть змінити щось глобально, типу зупинити війни.

Певні форми слактивізму мають політичний підтекст, такі як Інтернет-петиції до урядів або глав держав, онлайн вимоги до звільнення затриманих активістів тощо.

Також, різновидом слактивізму є **кліктивізм**- клік- це інструмент, за допомогою якого організації відстежують рівень зацікавленості в події або в продукті серед користувачів рахуючи кліки.

Проблема цього виду полягає у відсутності соціальної взаємодії як між користувачами, так і між користувачами з організацією, що пропонує послуги, оскільки користувач перетворюється лише в «клік» або в поштову адресу.

У соціальних мережах, де аудиторією є переважно підлітки та студенти поширюється явище під назвою «тролі». Яскравий приклад тролінгу відбувся на мітингу Д. Трампа в штаті Оклахома.

Користувачі платформи TikTok об'єдналися та зарезервували квитки на мітинг з метою не прийти, і так з 19 тисяч білетів, в житті з'явилися лише 6 тисяч людей.

Звісно, керівник кампанії Трампа Б. Парскале, зазначив, що онлайн-тролі не розуміють специфіки мітингів Трампа та не мають жодної змоги контролювати чисельність.

Дітмар К., доцент кафедри політичних наук з університету Рутгерса-Камдена, проаналізувавши цю подію, зазначила : «... до тролінгу мітингів Трампа молодь не хотіла йти на вибори, але зараз, після долучення до політики, багато з них прийдуть...»[53, с. 70]. Тож, соціальні мережі є інструментом політичної організації США, і можуть виступити як на благо політику так і стати загрозою його рейтингу та іміджу.

В опитуванні Pew Research, проведеному в червні, 54 відсотки користувачів соціальних мереж у віці від 18 до 29 років відповіли, що користувались платформами соціальних мереж протягом останнього місяця для пошуку інформації про мітинги чи акції протесту, що відбуваються в їх районі [57, с. 4].

Американські дослідники вважають, що соціальні мережі зараз це голос молоді, а значить є інструментом встановлення демократії, оскільки молоде покоління зростає в звичці бути почутими.

Окрім політики, підлітки також використовували соціальні мережі для боротьби з женоненависництвом, традиційними стандартами краси та расизмом.

Тривалий час у США лише телебачення розглядалося як вирішальний голос у всіх політичних та соціальних подіях життя американця. Теле-дебати, репортажі, термінові включення- ще 40 років назад все це було прерогативою ТБ, але в 2020 році на арену першості виходять саме соціальні мережі [42, с. 54].

Оскільки, медіа- простір в США багато років був фрагментованим та визначеним порядком денним, де коментарі були прописані заздалегідь, а звіти формувалися для мобілізації населення, соціальні мережі є не таким зручним та піддатливим інструментом.

Вже відомі алгоритми Facebook налаштовані на показ інформації у тій кількості, яка забезпечить довге перебування користувача на платформі, тим самим впливаючи на формування відповідної ідеології всередині комунікаційного простору, який професор К. Саншайн називає «ехокамери», тобто персоналізоване джерело інформації.

Під час проведення виборчих кампаній або мітингів соціальні мережі виступають як інформаційні посередники, що є відмінним від традиційних ЗМІ, оскільки інформацію генерують та передують між собою самі користувачі та безпосередньо учасники подій.

Під час протестних рухів у 2020 році в США американці поділяли різні думки, щодо соціальних мереж та соціальних медіа зокрема.

Перші вважали, що соціальні мережі з представленими у них медіа є ефективним та потрібним інструментом у питаннях обізнаності та інформованості населення, у той час як інші вважали, що соціальні мережі є інструментом відволікання та занепокоєння, і лише перемикають увагу на менш значимі речі [42, с. 21].

Згідно з новим опитуванням дослідницького центру Pew вісім із десяти американців заявляють, що платформи соціальних медіа дуже (31%) або дещо (49%) ефективні для підвищення обізнаності громадськості про політичні чи

соціальні проблеми, згідно з опитуванням дорослих американців, проведеним 13-19 липня 2020 року. Подібна частка (77%) вважає, що ці платформи є ефективними для створення стійких соціальних рухів [64, с. 34].

Специфікою соціальних мереж у США є також розподіл на демократичні та республіканські. Демократи схильні вважати цифрові платформи способом підвищення обізнаності, у той час як республіканці у меншій частці підтримують таку думку і віддають перевагу традиційним ЗМІ.

Середній вік користувача соціальних мереж в США 18-29 років, що вказує на ефективність та вплив соціальних медіа саме на таку частку населення, у той час як традиційні ЗМІ все ще залишаються вагомим частиною інформаційного поля Америки.

Позитивним є те, що приблизно дві третини американців заявляють, що «соціальні медіа висвітлюють важливі проблеми, які в іншому випадку можуть не привертати особливої уваги» (65%) та «соціальні медіа допомагають дати голос представникам недостатньо представлених груп» (64%). Половина американців також заявляє, що «соціальні медіа полегшують притягнення до відповідальності впливових людей» [46, с. 5].

Тож, соціальні мережі називають «полем битви» для протестів у США за допомогою яких посилюється напруженість, що без штучного підтримання, можливо і не переросла б у протести.

Стамос А., директор Інтернет-обсерваторії Стенфордського університету, зазначає, що саме відео з арештом Флойда та його поширення соціальними медіа націоналізувало місцеві проблеми, оскільки ще 25 років тому це б висвітлювалося лише в місцевих газетах [75, с. 12]. Тож, дійсно боротьба на площах у сучасному світі підтримується віртуальною боротьбою.

Створюються Інтернет посібники з протестів, що завдяки досвіду активістів розповідають про такі технічні можливості як розмиття обличчя на

фото, вирізка з відео тощо. Пишуться вебінари які дозволяють онлайн вивчити свої права та свободи на протестах.

Соціолог Туфекчі З., аналізуючи протести 2010 року в арабському світі та протести 2020 року в Америці зазначив, що саме рання мобілізація соціальних медіа створили підставу для виходу населення на вулиці [76, с. 65].

Для Туфекчі використання Інтернету пов'язало ці різні децентралізовані повстання і відрізняло їх від попередників, таких, наприклад, як рух за громадянські права шістдесятих років.

Тоді як «старші рухи повинні були спочатку розбудувати свій організаторський потенціал, - стверджував Туфекчі, - сучасні мережеві рухи можуть швидко масштабуватися і піклуватися про всілякі логістичні завдання, не будуючи жодної значної організаційної спроможності до першого протесту чи маршу» [76, с. 67].

Однак, швидкість є позитивним явищем та негативним одночасно, оскільки спонтанні рухи часто не мають лідерів, їм бракує ідеологічної та культурної основи, мало досвіду. Туфекчі називає такі протести « тактичним замороженням».

Без чіткої ідеології таким протестам важко виставляти умови для узгодження або формувати стратегії нападу. Зі зміною технологій змінюються й протестні рухи.

Туфекчі в своїй книзі « Twitter і сльозогінний газ» відстоює думку про те, що соціальні медіа допомогли не лише представити, а й організувати деякі рухи- "Арабську весну 2.0", рух "Жовтий жилет" у Франції, RickyLeaks у Пуерто-Рико, іранські акції протесту в 2019 році, протести в Гонконгу і те, що ми розглядаємо в цьому розділі – протестний рух Black Lives Matter [76, с. 78].

Зазначається, що рух Black Lives Matter ще триває і використавши усю креативність та витривалість Інтернет акцій, довів усім скептикам, що соціальні мережі є посередниками у русі.

Туфекчі аналізуючи усі вище приведені рухи, виділяє рух Black Lives Matter, як той, що дійсно досяг великих наслідків через Інтернет, таких як скорочення бюджету поліції на містах, розривання контрактів з поліцією, у Конгрес були введені законопроекти про реформи поліції, а деякі міста (наприклад Міннеанаполіс) пообіцяли відмовитися від послуг поліції.

Цифрові активісти все частіше покладаються на комбінації цифрових платформ, таких як Google Drive, Signal, Messenger, Slack або інші комбінації програмного забезпечення для співпраці, зберігання інформації, доступу до ресурсів та щоденних комунікацій.

Повстання у США могли розвиватися органічно, але саме через цифровий активізм проблема відображалась ширше, ніж будь-яка проблема до цього.

Отже, використання мережі свідчить про те, що цифровий активізм увійшов до другого акту, коли інструменти Інтернету дедалі більше інтегруються у важко здобуту структуру старих рухів.

Соціальні протести у США зараз все ще мають ризик стати «мейнстрімом», тобто усі мему, історії, стріми- стануть фоновими та будуть пролистуватися. Протестний рух у США є молодим, але розвиває свій потенціал через тактику, обмін повідомленнями тощо.

Оскільки все більше і більше приєднуються до дискусій спонукані словами та зображеннями, стає очевидним, що про революцію будуть писати ще довго, а історія буде пам'ятати протестний рух, як той, що вивив соціальні мережі на новий, якісний рівень.

З огляду на протестні рухи у США та Франції можна зазначити, що вони виникають як реакція на систематичне порушення прав людини та громадянина, гарантованих Конституціями.

Тож, обидві країни повстають на захист базових прав та свобод з вимогами повернення справедливої політики урядів. Показовим є те, як протести ставали масовими, у відповідь на силову політику влади.

Рух «жовті жилети» та “Black Lives Matter” у свою чергу стикаються за такими проблемами як децентралізована структура та відсутність чіткої позиції лідера протесту, що привезло до неможливості вибудувати довгострокову стратегію повстань.

Отже, особливістю ролі соціальних мереж для населення обох держав є підвищення рівня обізнаності у проблемі в середині країни, мобілізація мас населення, розуміння сили та перспективи застосування цифрових технологій у протестах та революціях, що сприймаються як можливість «перезавантаження» відносин влади та громадян.

Для владних структур цифрові технології є можливістю контролю за зародженням та тривалістю протестів, за настроями у масах та можливістю швидкої комунікації з громадянами, що очолюють протести.

Неможливість влади контролювати усі структури, що створюються в Інтернеті, викликають такі негативні явища як придушення протестів силовими методами та застосування дії «поліцейської держави», в якій правоохоронні органи мають майже необмежені права.

Отже, для демократичних країн соціальні мережі набувають сили, як інструменти встановлення справедливих відносин між державою та населенням, однак не створюють базу для будування довгострокових перетворень у країні.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРОТЕСТНИХ ПОДІЯХ КРАЇН З АВТОРИТАРНИМ ТА ГІБРИДНИМ РЕЖИМОМ

Протестна діяльність, незважаючи на режим, є одним із найдієвіших засобів прояву суспільного невдоволення тією чи іншою політичною ситуацією.

Оскільки вище були розглянуті протести у демократичних країнах за класифікацією компанії «Economist Intelligence Unit» та організації «Freedom House», вибудовується теоретична база для розгляду протестних рухів у країнах з авторитарним та гібридним режимом.

Тож, у цьому розділі кваліфікаційної роботи будуть проаналізовані особливості використання соціальних мереж у протестних рухах країн з **гібридним та авторитарним режимом** з розкриттям характерних особливостей протестної діяльності у Тунісі, Єгипті, Йємені, Лівії, Сирії, Алжирі та інших країнах арабського світу, в яких пройшли масові протести, що дістали загальну назву «Арабська весна» з 2010 року. Також будуть проаналізовані події «Революції гідності» 2014 року в Україні та мітинги на підтримку відставки Олександра Лукашенка в Білорусі 2020 року.

Такий розподіл дозволить дослідити еволюцію використання соціальних мереж у різних країнах в період від 2010 до 2020 років, від зародження поняття «Інтернет-революції» до всебічного використання інструментарію соціальних мереж у протестних рухах арабського світу та Європи.

а.) Протестні рухи «Арабської весни» та соціальні мережі (2010-2011р.)

Арабська весна- череда повстань та протестів. Відбулися революції в Єгипті, в Тунісі, і в Ємені; громадянські війни в Лівії, що призвела до зміни влади і в Сирії (має незавершений характер), повстання в Бахрейні та масові протести в Алжирі, в Іраку, в Йорданії, в Марокко і в Омані.

Коли в кінці 2010 року сотні тисяч представників арабського миру вийшли на вулиці, Захід вважав, що вони є свідками демократичної революції. Той, яка звільнить Близький Схід від проявів авторитаризму та запровадить панування загальнолюдських принципів свободи від Чилі до Південної Кореї.

Вивчаючи та аналізуючи літературу присвячену Арабській весні виникають такі питання: яку роль відіграли «соціальні медіа» в подіях Арабської весни (2010-2011)? І чи були вони вирішальними для подій масових революцій або ж Facebook, Twitter та YouTube були просто «інструментами» в руках революціонерів, які просто використовували сучасні засоби передачі інформації?

Тож, у роботі намагаємося дати відповідь на питання задані вище.

Такі соціальні середовища та спільноти як, наприклад, «Facebook Revolution» дають змогу побачити, що економічні, соціальні та політичні скарги були «живильним середовищем» для протестів.

З іншого боку, неможливо стверджувати, що Інтернет є «просто інструментом» в руках революціонерів, оскільки інструменти мають певні властивості.

Тут можна провести паралель із використанням ЗМІ в попередні часи та в попередні революційні рухи (наприклад, аудіокасети в Ірані в 1970-х; саміздатська література у Східній Європі; телеграфія в Єгипетській революції 1919; тощо).

Хофхейнз А. у своїй роботі « Соціальні медіа в арабську весну» наводить такі факти, які були зібрані через інтерв'ю з безпосередніми учасниками подій 2010-2011 років. Автор зазначає: «...деякі, особливо серед активістів та освічених людей, займали критичну позицію:...» [22, с. 145.]

- революція відбулася через політичну ситуацію, як реакція на насилля з боку урядів та поліції. Facebook не став причиною революцій, причина

у розчаруванні заблокованими політичним та економічними свободами населення

- активізм Facebook - це, в основному, клікізм, тобто залучення здебільшого обмежується натисканням кнопки «подобається» [29, с. 235].

У дуже небагатьох випадках це призводить до постійних фактичних дій на вулиці, де реальні люди будуть брати участь. Інші, в тому числі деякі з найвідоміших активістів мережі виступають проти таких висловлень. Наприклад Гонім В., адміністратором групи у Facebook, у своїй книзі “Revolution 2.0” описує роль соціальної мережі, як організатора революції за його безпосередньою допомогою через групи [55, с. 10].

Молодь Єгипту вважає, зазначає Хофхейнз А., що Facebook справді мав вирішальний вплив на хід подій: без Facebook, революція не сталася як така. На початку 2011 року інформація стала більш революційною через соціальні мережі, і була надана Тунісу. Впевненість у тому, що можна скинути диктатора, конкретні враження та поради щодо того, як протистояти поліцейським силам посилили протести.

Арабська весна мала цілком реальні політичні та соціально-економічні передумови, що призвело до відчаю цілого покоління. «Тахрір-2011» в Єгипті та «Жасминова революція» в Тунісі були можливі лише тому, що єгипетська та туніська армії повстали проти деспотів.

Тим не менше, нові ЗМІ зіграли вирішальну роль у потрясіннях, хоча і неоднакову в різних країнах. Спочатку Facebook був найважливішим засобом мобілізації населення. Молоді користувачі мережі транслюють інформацію про масові акції протесту по всьому світу через Twitter та YouTube.

Симбіотична мережа більш традиційних та нових ЗМІ була особливо вирішальною для протестів. Взаємодія телевізора, Інтернету та мобільних телефонів кардинально змінила політичну комунікацію та зробила можливим

такий масштаб революцій у всьому арабському світі. Соціальні мережі також виступали джерелом правдивих фактів о кількості протестуючих на вулицях, на відміну від державних телеканалів.

«Аль-Джазіра» показувала фактичні події. Станція з Катару транслювала зображення та інформацію, яка надходила до неї через Twitter та Facebook. «Аль-Джазіра» також пропонувала безліч інших мережевих можливостей та каналів, за якими постійно повідомлялися прямі звіти, такі як подкасти та RSS-канали, з функцією інтерактивної новини [52, с. 234].

Смартфони також відігравали немалу роль, оскільки інформація про акції протесту передавалася «колективними СМС», а відео та фото з місць подій викладені у Twitter та Facebook миттю розліталися серед населення, тим самим мобілізуючи маси.

Це було **вирішальним для протестного руху** - особливо в малих містах та в селищах.

Facebook та Twitter мали вирішальне значення у мобілізації проти влади президента Єгипту Хосні Мубарака. Площа Тахрір за одну ніч стала великою соціальною мережею.

4 лютого 2011 року президент Хосні Мубарак все ще перебував на своїй посаді, проте демонстранти, які протягом десяти днів займали площу Тахрір у Каїрі, вважали, що це лише питання часу, коли він подасть у відставку.

Подкаст «Від віртуальної до справжньої революції» Юргена Стрияка наводить такий факт: «Того дня серед натовпу був чоловік із самописним плакатом. Він погано одягнений, йому близько 60 років, і він точно знає, кому хотів би подякувати за народне повстання. На його плакаті є великий логотип Facebook...» [26, с. 211]. «Це революція у Facebook, молодіжна революція. Вона це зробила. Дякую молоді Єгипту!» [26, с. 213].

Арабська весна часто розглядається в Єгипті як своєрідна інтернет-революція. Незадовго до відставки президента Мубарака кількість твітів про політичні зміни в Єгипті зросла в десять разів, відео з політичними коментарями про ситуацію стали масово вірусними, а перші 23 отримали понад п'ять мільйонів переглядів [74, с. 34].

«Нью-Йорк Таймс» прокоментував, що в результаті жорстких заходів в Інтернеті Хосні Мубарак видав власний страх перед тим, що Facebook, Twitter, ноутбуки та смартфони можуть розширити можливості опонентів, оголивши його слабкість перед світом і скинувши режим [35, с. 4].

Однак традиційні ЗМІ часто лише поверхнево і незначно освітлюють питання про те, якою мірою Інтернет насправді відіграв важливу роль у потрясіннях в арабському світі.

Науковий світ міжнародних відносин розділений на два табори:

- перший, що переконані в тому, що саме поширення Інтернету в арабському світі зробили повстання такими інтенсивними та швидкими
- другий, який применшується роль Інтернету та соціальних мереж та приділяє особливу увагу так званим «справжнім» акціям протесту на вулиці.

Цензура в Інтернеті в Тунісі, як і в інших країнах регіону, таких як Сирія до катаклізмів була набагато жорсткішою, ніж в Єгипті.

Веб-сайти Аль-Джазіри, Amnesty International, Wikileaks, YouTube, Daily Motion та численні сторінки у Facebook були заблоковані державою.

При бажанні знайти сторінку було можна, але зайти на неї не вдалося, через усім відому помилку «Помилка 404 - сторінку не знайдено». Зокрема, питання відсутності свободи слова та ЗМІ підіймалося в Тунісі з початку 2004

року, оскільки усі більш менш відомі блогери або преса уникали відкритої критики тодішнього президента Зіна ель-Абідіна Бен Алі.

Змінилася ситуація у соціальних мережах у 2010 році. Разом із інформацією про самоспалення Мохамеда Буазізі в містечку Сіді-Буазід у центральній частині Тунісу, блогери повідомляли про масові акції протесту та давали технічні поради щодо того, як обійти контроль за Інтернетом та особистими сторінками з боку держави. Кількість інтернет-активістів, блогів та форумів, які брали участь у поваленні режиму Бен-Алі була велика [52, с. 412].

Разом з міжнародним хакерським рухом «Анонім» туніські активісти вели своєрідну кібервійну: вони зламували урядові веб-сайти та паралізували їх концентрованими атаками від перевантаження. Їм також вдалося відключити урядові програми шпигунства та цензури [52, с. 413].

Вчений Гада аль-Ахдар вважає, що Facebook був своєрідним катализатором подій:

«Раніше люди завжди думали, що політика для еліти. Поза цією елітою не було політичної культури. І ось тут з'явився ефект Facebook. Це змінило культуру. У віртуальному просторі - на відміну від реального життя дотепер - студенти зустрічаються з робітниками, світські активісти - з молодими ісламістами, жінки - з чоловіками. Вони виявляють, що їх пов'язує, і вони активізуються разом» [55, с. 4].

Дослідники використання соціальних мереж у подіях Арабської весни зазначають, що вони були призвані перетворити цифрове громадянське суспільство в реальність. У певному сенсі площа Тахрір стає копією соціальних мереж.

У наступні два з половиною роки соціальні медіа будуть основною сферою спілкування. Групи дій, групи громадян, партії та сусідські групи, всі вони спілкуються через Facebook та Twitter.

Коли в липні 2013 року військові захопили владу, ця свобода швидко закінчилася. Для режиму контроль за Інтернетом зараз є пріоритетом. Багато активістів та приватні особи до тепер не висвітлюють свою діяльність у соціальних мережах. Побоюючись репресій, багато арабського населення замовчують у соціальних мережах, деякі навіть повністю виходять з облікового запису.

«Держава бореться зі свободою вираження поглядів і посилює страхи», - зазначає колишній активіст Карім Фарід. «Ми повинні боятися свободи та демократії. Ми повинні любити поліцію, бо вона нібито захищає нас. З цим виправданням режим порушує наше приватне життя, наші права та нашу свободу»[52, с. 239].

Сьогодні вчені всього світу обговорюють питання про роль Інтернету під час повстань. Комунелло та Анзера представляють різні позиції у восьми варіантах:

- Ідеологія та планування- інтернет може бути ефективним інструментом для поширення ідеологій, доктрин та думок, для швидкого планування та зменшення впливу (державних) офіційних ЗМІ. З іншого боку, людей у сільській місцевості, людей похилого віку та представників нижчих класів це не переконає у вірності ідеології.
- Тренування та тактика- соціальні мережі, особливо відеопортал YouTube, можуть стати ефективним інструментом з точки зору тактичної підготовки повстанців.
- Спілкування - дослідники розглядають Інтернет та соціальні мережі як можливість швидкого та безпечного спілкування з іншими групами. Противники цієї точки зору заявляють, що доступ до Інтернету недостатньо поширений, і його також може контролювати держава.
- Розгортання та швидке реагування- інтернет може стати ефективним інструментом для організації масових повстань без

особливої підготовки та не викликаючи ажіотажу. З іншого боку, державний нагляд за Інтернетом може так само швидко поставити охоронців у потрібне місце і в потрібний час.

- Витрати- перевага в тому, що Інтернет підтримує дуже низькі витрати на мобілізацію опозиційних сил, однак порівняно недорогим наглядом є і нагляд уряду.

- Гнучкість- повстанці можуть швидко переключитися з Інтернету та соціальних мереж на традиційні засоби, такі як листівки, телефони та факсимільні апарати, але держава може також адаптувати свої методи спостереження до умов шляхом спостереження, інформування людей та арешту ключових людей. Прихильники такого варіанту вважають Інтернет надійним інструментом, оскільки методи злому можуть обійти втручання уряду. З іншого боку, держава може також реагувати на це, паралізуючи доступ до Інтернету по всій країні.

- Пропаганда / медіа дипломатія- інтернет і особливо соціальні мережі пропонують платформу для передачі інформації від джерела міжнародному співтовариству; з іншого боку, держава також може ставити під сумнів довіру та безпомилковість повстанців шляхом цілеспрямованих дезінформацій [52, с. 287].

Тож, події Арабської весни були міцно закладені в соціальних мережах. Дослідження Вашингтонського університету дійшло висновку, що «соціальні медіа відіграли центральну роль у формуванні політичних дебатів в арабську весну... [що призвело до] каскаду повідомлень про свободу та демократію в Північній Африці та на Близькому Сході, і допомогли підвищити очікування щодо успіху політичного повстання» [35, с. 45].

Люди, які поділяють інтерес до демократії, виховані на широких просторах соціальних мереж та мають змогу чинити організовані політичні дії. Соціальні медіа стали важливою частиною інструментарію для більшої свободи.

Емануель Тод разом із співвідношенням між демографічним переходом, рівнем грамотності та модернізацією, соціальними та політичними перетвореннями також розглядає мінімальний рівень «цифрової акультурації». Рівень досягнутий саме для таких країн, як Єгипет та Туніс (близько 33% та 21% користувачів Інтернету від загальної кількості населення відповідно) [74, с. 40].

Соціальні медіа виведені на рівень революційного імпульсу і служать каналом для організації пересічних громадян у силу, яка може діяти, щоб усунути від влади найбільш жорстоких диктаторів.

На основі реального розвитку нових інформаційно-комунікаційних технологій у регіоні в цілому – бачимо стійкість дуже виражених диспропорцій між різними країнами, в тому числі в тих, що мають сьогодні важливі соціальні зрушення.

І хоча, в регіоні спостерігається стрибок кількості користувачів Інтернету з 2,5 мільйонів у 2000 році до приблизно 60 мільйонів на 2010-2011 рік, відсотки значно варіюються в різних країнах; наприклад, від понад 75% населення в Об'єднаних Арабських Еміратах до лише 1% у Сомалі [72, с. 1501].

Тож, специфіка різниться залежно від країни, але цифрові ЗМІ відігравали подібну роль у поваленні диктаторів Тунісу та Лівії, а також розглядаються як ключові у повстанні в Сирії. Це явище не обмежується арабськими країнами, оскільки такі Інтернет-повстання простежуються також у ряді країн Європи.

б.) Протестні рухи «Революції гідності» та соціальні мережі (2014 рік)

XX століття було століттям змін у Європі. У Німеччині впала Берлінська стіна, і від Таллінна до Варшави через Бухарест і Софію громадяни були звільнені від радянської влади.

Сьогодні, вже у новому ХХІ столітті, в Європі все ще борються за свободу та демократію.

Прикладом того є Україна, де у 2014 році численні протестуючі прийняли рішення вийти проти авторитарного режиму на «Євромайдан» в Києві. Мета: встановлення демократичної та правової держави.

Квіт С. наголошує: «Коріння Євромайдану можна знайти в його ідеалізмі: бажанні українського народу створити державу, в якій ідеали, що пов'язані з свободою, в самому широкому сенсі, поважають» [61, с. 2].

Стаючи свідками трансформації українського суспільства, на основі еволюції політичних систем, можна зробити висновок, що сучасний етап характеризується розумінням необхідності освоєння демократичних норм політичного життя, та тієї політичної діяльності, яка покликана створити демократичне суспільство.

У сучасному світі Інтернет технології займають значне місце у процесі становлення демократичної політичної системи, відбудувати яку прагнуть майже всі держави світу.

У міру того, як люди стають все більш зв'язаними з Інтернетом, у всьому світі з'являються нові соціальні та політичні рухи, як наслідок нових інформаційно-комунікаційних технологій.

Незважаючи на те, що ці технології дозволяють швидко мобілізувати велику кількість учасників з певної причини, не всі ініціативи, орієнтовані на соціальні медіа, однаково успішно стають стійкими та досягають своїх цілей.

На сьогоднішній день поняття Інтернет технології пов'язують майже з усіма подіями, що відбуваються в державах.

Соціальні мережі посідають значне місце у демократичному політичному суспільстві, структурі політичної культури, а також виступають засобом реалізації цінностей провідних демократичних постулатів.

Український політолог Бебик В.М. стверджує, що Інтернет є новою формою масової комунікації і об'єднує в собі можливості для ЗМІ та особисті

для користувача. Мережа зараз є необхідним чинником політичної мобілізації громадян та координування однодумців [1, с. 232].

Сучасний світ схильний до інтенсивного інформаційного потоку, постійного оновлення фактів та викривлення вже існуючих. Підсвідома сфера людини, у таких реаліях, формується и корегується під впливом суспільства, зокрема, яскравим прикладом є «рекламне мислення», що дозволяє рекламі в соціальних мережах, а у нашому випадку, мобілізуючим постулатам, формувати підсвідомі реакції, що впливають на спосіб життя, поведінку та потреби людини.

Пугачов В. П ділить управління людиною на два основних типи: відкрите (явне) і приховане (латентне). Якщо управління має явний характер, цілі ставляться і здійснюються відкрито, при латентному – замовчуються, приховуються [21, с. 5].

Перевага того чи іншого типу, на думку дослідника, залежать перш за все від ступеня розбіжності інтересів керованих і керуючих, цивілізованості суспільства (заходи прийнятності використання сили, прямого примусу в суспільній свідомості), можливостей і вміння правлячої еліти використовувати різні способи прихованого впливу на маси [21, с. 6].

У соціальних мережах, будь то групи у Facebook або Twitter можна зустріти обидва типи управління людиною. В протестах та мобілізаційних рухах найчастіше має місце саме приховане управління, яке покликано визвати впевненість у тому, що людина сама вирішила приєднатися до протестів.

Крім того, Революцію Майдану підтримала велика мережа альтернативних ЗМІ, включаючи незалежні Інтернет-ЗМІ, такі як Громадське ТБ, UA Stream TV та Espresso TV, пов'язані з Майданом сторінки у Facebook, такі як Євромайдан, Громадський сектор Майдану та Автомайдан, та численні волонтери [22, с. 144].

«Зустрічаємося о 22:30 під монументом Незалежності. Одягайтеся тепло, беріть парасольки, чай, каву, гарний настрій і друзів. Перепост всіляко вітається!» [12, с. 1].

Вважається, що саме з цього посту Мустафи Найєма на Facebook розпочалися події, що далі дістали назву «Євромайдан». Надалі соціальна мережа зіграла провідну роль у подіях революції.

Групи у Facebook за короткий термін(пів року) стали одними з найбільших по чисельності в просторі українського Інтернету. Уся інформація з перших вуст надходила саме у такі групи, тут шукали людей та волонтерів, однодумців та координувалися подальші дії протестів.

Характер організації соціальних медіа може дати цінну інформацію про те, чому великі повстання «з народу», такі як Євромайдан, стали можливими, незважаючи на слабкість політичної опозиції, відсутність сильних політичних чи громадських організацій, що стоять за протестами, або, здавалося б, відсутність загально визнаного лідера.

Перш за все, соціальні мережі дають життя колективним діям, різко зменшуючи комунікаційні та організаційні витрати. Характер соціальних медіа, що дозволяє одночасно спілкуватись «багато до багатьох», дозволяє всім групам та активістам підключатися та співпрацювати, включаючи раніше не представлені групи або користувачів, які ніколи раніше не були політично активними [43, с. 6].

Потреба в оперативній інформації з місця подій популяризувала в Україні ще одне явище – **стрімінгову журналістику**. Її особливість полягає в тому, що журналіст веде прямий ефір у будь-якій соціальній мережі, де це дозволено, та наживо демонструє події, що відбуваються. Дивлячись такий «стрім» людина бачить ситуацію на власні очі та оцінює, що відбувається [24, с. 312].

Активісти Майдану часто використовували додаток Zello (Zello – сервіс для обміну голосовими повідомленнями. Хтось його називає онлайн-рацією) за допомогою якого можна було координувати свої дії з громадськими організаціями та іншими протестувальниками.

Тож, події Революції Гідності широко висвітлювалась в іноземних та україномовних блогах та у публікаціях журналістів, і поширювалися не лише через традиційні ЗМІ, а й через міжнародні соціальні мережі.

Фергюсон Н. , американський дослідник, у роботі «Площі та вежі. Соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку» аналізує вплив соціальних мереж та висловлює такі думки: «...соціальні мережі повинні були стати платформою для вільного висловлення думок, а стали потужним механізмом у політичних іграх...» [24, с. 328].

Соціальні мережі в реаліях Революції Гідності, як в подіях Арабської весни, що була розглянута раніше, мають дві сторони «медалі»: позитивний вплив, що виявлявся у координації сил, швидкій допомозі, неможливості приховати масштаб протестів, через стрімінги, мали так і негативний вплив у вигляді пропаганди, що подавалася з публічних сторінок політиків, великою кількістю фейків, популяризацією ботоферм та тролів у мережі тощо.

Особливістю соціальних мереж у подіях 2014 року також стало втручання спецслужб іншої країни до Інтернет простору України.

Події Революції гідності довели, що соціальні мережі- не панацея. Безспірно, що вони формують громадську думку та мають вплив на остаточні рішення. З одного боку, соціальна мережа- це подолання цензури, це відкритий доступ до інформації, це швидка та завжди оновлена інформація, з іншого ж- це розповсюдження фейків, непотрібна інформація (інформаційне сміття), поділ суспільства на дихотомію «свій-чужий».

Кішка І., координатор «Руху опору капітуляції» у своїх інтерв'ю розповідає про **три етапи мобілізації мас** за допомогою соціальних мереж:

- Підготовка. На цьому етапі складається план тексту та пишеться сам текст, що пояснює ідею протесту. Додаються фото та відео звіти. Інформація має свою специфіку для кожного з каналу, на який потрапить це повідомлення.
- Інформація. Максимальне поширення у соціальних мережах на особистих сторінках організаторів та у групах. Розсилка запрошень через месенджери та смс.
- Комунікація. Будується алгоритм пошуку волонтерів, громадських організацій, що зацікавлені в участі у протесті.

Революційні події та втручання іноземних агентів до соціальних мереж, надихнуло українців на створення нової української соціальної мережі під назвою NaMaidani або НаМайдані [22, с. 150].

Головний меседж мережі це- «єдність понад усе», а ідеєю є розповсюдження правдивої інформації про події Майдану, пошук однодумців, спілкування українців між собою.

Інтернет не тільки дозволяє активістам ефективно спілкуватися між собою, але також дозволяє їм спілкуватися з широкою аудиторією, або посилюючи своє повідомлення за допомогою основних засобів масової інформації, або там, де існує цензура, взагалі обходячи його.

Аналіз подій Революції Гідності доводить, що Twitter був особливо важливим у допомозі протестуючим ідентифікуватись та встановити зв'язок один з одним та в інформуванні більш широкої аудиторії (включаючи міжнародних спостерігачів) про події на місцях [43, с. 4].

Для цього активісти використовували такі хештеги, як # євромайдан (українська), # евромайдан (російська) та # euromaidan (англійська).

Кількість твітів з цими хештегами в перші тижні протестів дає гарне уявлення про масштаби подій. Наприклад, понад 8000 твітів на годину було

опубліковано 22 листопада, другий день протестів, і цілих 4800 на годину 30 листопада, в день перших жорстоких репресій з боку поліції [44, с. 688].

У свою чергу, створена сторінка Євромайдану у Facebook встановила рекорд в Україні, залучивши понад 76 000 підписників лише за 8 днів та охопивши понад 200 000 підписників протягом перших 10 тижнів протестів [43, с. 690].

Оглядачі Євромайдану також відзначили кругові взаємозв'язки між соціальними мережами, які сприяли розгортанню колективних дій, та протестами, які, в свою чергу, збільшили попит користувачів на соціальні мережі.

Таким чином, лабораторія соціальних медіа та політичної участі Нью-Йоркського університету зафіксувала сплеск у створенні нових облікових записів у Twitter українськими користувачами на початку Євромайдану [43, с. 3].

Використання соціальних медіа систематично впливає на політичну участь у таких сферах, як голосування чи демонстрація «за» чи «проти» даної справи чи режиму.

Інформація, отримана за допомогою каналів соціальних мереж, надходить не лише з джерел які подобаються, яким довіряють та які поважають; значна частина інформації також «попередньо перевірена», в тому сенсі, що вона вже поділена за такими категоріями: «подобається», «поділитися», «додати до вибраного» іншими учасниками віртуального світу [1. с. 356].

International Republican Institute провели дослідження, результат якого показав, що 42 відсотки українців надають перевагу новинам з Інтернету, аніж з друкованих ЗМІ. Інтернет видання уступають лише ТБ ЗМІ- їм надається перевага у 91 відсоток серед опитаних [63, с. 285].

Така статистика водночас є позитивною і негативною, оскільки розміщені новини не підпадають під ТБ цензуру, інколи публікуються анонімно, а актуальність обирає сам алгоритм мережі.

На думку українських журналістів та медіа-активістів, ситуація із ЗМІ в Україні в деяких аспектах покращилася з часів Євромайдану [18, с. 9].

ЗМІ, в тому числі, і Інтернет видання, почувають менший тиск з боку держави та більш контролюють і висвітлюють діяльність уряду.

При цьому існують суттєві обмеження, наприклад, щодо незалежності та множинності засобів масової інформації. Сьогодні деякі проблеми гостріші навіть більше, ніж були п'ять років тому.

У міжнародних рейтингах свободи преси Україна посідає одне з провідних місць серед колишніх радянських республік. «Freedom House» класифікує ЗМІ в Україні як «частково вільні». Україна також посідає відносно високий рейтинг у сфері плюралізму ЗМІ.

В «Індексі стійкості медіа» 2018 року Україна отримала одне з найкращих значень в регіоні щодо плюралізму ЗМІ. Основні засоби масової інформації є приватною власністю, і оскільки власники мають різні політичні інтереси, неминуче існує певний плюралітет, в чому Україна випередила більшість своїх східних сусідів, особливо тих, що рухаються в авторитарному напрямку [64, с. 45].

Порівняно з популярними телевізійними каналами, українські інтернет-ЗМІ більш плюралістично висвітлюють, наприклад, президентські вибори. Це важливо, оскільки українські новинні веб-сайти та соціальні мережі є другим та третім за значенням джерелами інформації в Україні відповідно.

Хоча деякі великі українські веб-сайти новин також належать згаданим вище власникам великих ЗМІ, на відміну від телебачення, вони мало

контролюють Інтернет. Багато популярних джерел інформації в Інтернеті належать власникам поза межами досяжності українських олігархів.

Американські дослідники Роспігліосі А. та Грінер С., що займаються дослідженнями питань ролі соціальних мереж зазначають наступне: «...в Україні соціальні медіа були вирішальним інструментом для внутрішньої організації та мобілізації протестуючих» [69, с. 446].

Пехота Г. та Райчик Р., польські дослідники, у своїй роботі « Роль соціальних мереж протягом протестів на Майдані», розглянули таку низку питань:

1. Якими каналами соціальних медіа користувались студенти під час протестів на Майдані Незалежності в Києві

2. Які стосунки, започатковані студентами під час протестів, були основними - стосунки в Інтернеті (друзі друзів), або стосунки, що розпочались особисто, а потім були перенесені в Інтернет? [62, с. 65].

Сформульовано такі гіпотези дослідження:

1. Студенти використовували соціальні медіа переважно для поширення інформації, а не для створення контенту

2. Рівень участі студентів у комунікаційних процесах у соціальних мережах був наслідком їхньої участі в постійній акції протесту - студенти, які брали безпосередню участь у акціях протесту, були більш зацікавленими

3. Використання соціальних медіа було спрямоване на поширення інформації, створеної лідерами думок, та інтеграцію користувачів навколо цього вмісту

4. Студенти вступили в нові онлайн-стосунки з користувачами, з якими вони зустрічалися під час реальних подій (спочатку зустріч, потім початок стосунків у соціальних мережах) [62, с. 135].

Також, одним із важливих питань є використання соціальних мереж населенням, що не приймало безпосередньої участі в протестах, але використовували Інтернет для пошуку інформації про протестні рухи.

Найбільша кількість людей відповіли на це запитання так: події Майдану важливі для країни, тому потрібно знати, що відбувалося (Київ 76,33%; Львів 86,56%). Інші респонденти також заявили, що їм було цікаво з'ясувати, були там їхні друзі чи ні, і що вони там робили (Київ 22,33%; Львів 13,13%).

Незначна кількість людей у Києві (1,34%) та у Львові (0,31%) заявили, що вони цікавилися культурним життям: що відбувається на Майдані (концерти), і шукали таку інформацію через соціальні мережі [62, с. 143]. Проте в обох містах ніхто не заявив, що інформація, надана соціальними мережами, була більш надійна або більш сучасна, ніж у традиційних ЗМІ.

Різниця у використанні соціальних медіа також помітна в ситуації, коли студенти безпосередньо не брали участі в акціях протесту, але вони збирали інформацію за допомогою каналів соціальних медіа. Студенти зі Львова перш за все шукали новини про ситуацію та перебіг протестів, тоді як студенти з Києва частіше шукали інформацію, яка стосувалася присутності їх родичів та друзів на Майдані.

Відмінності можна також помітити при виборі каналів у соціальних мережах, якими користувалися студенти. Студенти з Києва та зі Львова, які використовували YouTube, зазначили, що їх цікавила інформація, яка була подана як аудіовізуальний вміст. YouTube не був таким популярним каналом для студентів з Києва та Львова, хто безпосередньо брав участь у акціях протесту [62, с. 131].

Ця закономірність може бути результатом того, що респонденти, які взяли активну участь у акціях протесту були очевидцями, тому протистояли побаченому на власні очі і повідомлення в соціальних мережах для них не було

важливим, оскільки вони були впевнені в надійності або ненадійності контенту, що був у соціальних мережах, оскільки його продукували учасники подій на Майдані Незалежності [62, с. 145].

Ключову роль у спілкуванні за допомогою картинок у соціальних мережах відіграє надійність відправника, що безпосередньо впливає на надійність самого повідомлення. Іншими словами, посиляючись на конкретний приклад (Hromadske.tv або Espresso.tv тощо), матеріали, розміщені в соціальних мережах та в Інтернеті журналістами обох каналів сприймалися безперечно надійними.

Дослідження підтверджують висунуті авторами гіпотези. Студенти, які були присутні на Майдані, використовували соціальні медіа переважно для поширення інформації, у той час як створенням контенту займалася набагато менша кількість людей.

Дослідження також виявляє, що студенти не використовували соціальні медіа як канали для побудови нових стосунків з незнайомцями, але в основному вони перенесли свої реальні життєві контакти в Інтернет.

Отримані дані тим самим підтверджується теза про трибалізм, запропонована Мішелем Мафесолі. На думку Мафесолі, розвиток Інтернет-спілкування та його масовий характер допомагає створити мікрогрупи, які об'єднують подібних індивідів - трибалізм / племінна близькість [65, с. 134].

Також Девід Барні, пише про проекти ідентичності в мережі та згадує суть ідентичності (що виявляється в об'єднанні людей у групи) та нових ЗМІ що дозволяють не тільки ідентифікувати особу, але й вибудувати горизонтальну комунікацію між суб'єктами.

Він стверджує, ідентичність в Інтернеті є рідкою та мінливою; людина може володіти багатьма ідентичностями та змінювати їх [66, с. 2]

Отже, роль соціальних мереж під час Майдану 2014 року є нагальним питанням у дослідженнях зарубіжних та вітчизняних дослідників, зокрема соціологів та політологів, що потребує подальшого ґрунтовного вивчення та аналізу, а дана кваліфікаційна робота є одним із таких кроків.

в.) Протестні рухи в Білорусі та соціальні мережі (2020 рік)

Стихійні акції протесту, організовані через соціальні мережі, перевернули політичне та соціальне життя Білорусі.

З початку серпня погляд світу був спрямований на Білорусь, де опозиція президента Олександра Лукашенка на чолі з опозиційною діячкою Світланою Тихоновською вийшли на вулиці з вимогою відставки Лукашенка, оскільки вважають, що вибори, де чинний президент, «виборів» 80% голосів є фальсифікованими.

Уряд Білорусі узяв під контроль усі національні традиційні ЗМІ-телебачення, газети, випуски новин у Інтернет-джерелах, заблокувавши при цьому вільний вихід до соціальних мереж. Однак, громадяни Білорусі знайшли вихід та користувалися сервісом VPN, що дозволив залишатися на зв'язку та бачити новини в Інтернеті від незаангажованих ЗМІ [79, с. 12].

Протести, які проходили у всіх великих містах країни продемонстрували можливість використання нової, інноваційної соціальної мережі під назвою Telegram.

Масові протести в Білорусі продемонстрували, як один Telegram-канал зміг скоординувати усі масові протести не лише в Мінську, а й по всіх крупних містах країни.

Telegram-канал Nexta цілодобово інформував громадян про нові мітинги, події, надавав інформацію щодо загиблих або тих, хто зник. Канал намагалися заблокувати, але технології вже давно є важливою зброєю проти диктаторських режимів. Цензура та контроль у цьому випадку є рушієм

прогресу, оскільки тиск спонукає людей бути ще більш винахідливими та оригінальними [79. с. 3].

«Цей канал є авангардом протестів», - сказав Міцкевич Д., білоруський журналіст у Мінську, працюючи на телеканалі «Белсат» із штаб-квартирою в Польщі [57, с. 5].

Чисельне білоруське населення використовували плани, що були розроблені та представлені в Telegram-каналах, у той час як адміністратори різних каналів постійно координуються між собою, задля обміну достовірною інформацією.

У той же час, посадовець з Координаційної ради білоруської опозиції, створеної претенденткою на пост Президента Світланою Тихановською для сприяння передачі влади, заявив, що вони не працюють з жодним з каналів Telegram [57, с. 4]

Ці результати не означають, що між координацією та подальшими подіями завжди існуватиме взаємозв'язок. Наприклад, у демократичних країнах, де ціна протесту нижче, людям може не знадобитися координувати між собою. Або в країнах із вільними ЗМІ координація, швидше за все, надходить із джерел засобів масової інформації, ніж через фізичних осіб (блогери, стрімінгові журналісти тощо).

Зростаюча роль соціальних мереж не витісняє ролі традиційних ЗМІ, блогерів, державних новин тощо, але припускає, що нові технології знижують рівень насилля і зменшують державний контроль за інформацією. У відповідь уряд припинив доступ до багатьох веб-сайтів, хоча досі не досяг повного блоку, і Telegram успішно ухилявся від зусиль уряду.

Вже десятиріччя після подій Арабської весни тривають дискусії, щодо взаємозв'язку використання соціальних мереж та демократичним управлінням. Дослідники зазначають, що це складне питання, і воно потребує, як мінімум, ще десять років аналізу та досліджень.

Проте, протести в Білорусі, доводять, що соціальні мережі є необхідною складовою для демократичних виборів, у той час як уряд авторитаризує ЗМІ. Це також «відчиняє двері» західним ЗМІ, таким як Радіо Свобода та Бі-Бі-Сі, що освітлюють події у реальному часі та показують «погляд з боку» [57, с. 2].

У Білорусі уряд блокував Інтернет. Месенджер Telegram залишалися при цьому доступними, тому і виступають як головний засіб протесту.

Telegram-канал Nexta у режимі реального часу транслював події на площах Мінська і інших великих міст, надавав інформацію, щодо місця знаходження затриманих, координував роботу волонтерських центрів та застерігав від свавілля міліції.

Литвиненко А. - науковий співробітник Інституту журналістики та комунікативних досліджень Вільного університету Берліна зазначає, що «...заблокувавши Інтернет, уряд хотів отримати суверенітет тлумачення. Ідея полягала в тому, що люди більше не могли встановлювати зв'язок в Інтернеті, а замість цього вмикали телевізор з державними каналами» [79, с. 6].

Дослідження демонструють, що Telegram є ключовим інструментом протесту, оскільки працював при нестабільному з'єднанні з Інтернетом, оскільки Telegram базується на додатках і не вимагає так званих протоколів http для передачі даних, він може обійти деякі блоки з боку уряду.

У перші дні протесту були створені сотні каналів Telegram: для регіонів, міст, кварталів та вулиць. В основному канали велися анонімно і надавали відповіді на такі питання: Де можна зустрітись? Яка допомога потрібна?

Одним із таких каналів став вище згаданий Telegram-канал Nexta (Нехта), засновником якого є Степан Путіло, білорус, що мешкає у Польщі. Саме цей канал транслював усі події при вимкненому Інтернеті, та набрав

близько двох мільйонів підписок. Для порівняння: Tut.by, незалежна медіа-платформа з Білорусі, має трохи менше - 350 000 підписок.

З одного боку, Nexta демонструє події та ділиться актуальною інформацією (працює досі, станом на 2021 рік). Однак, існує ймовірність заангажованості власника каналу, його суб'єктивної оцінки подій та занадто великий рівень агресії до влади та міліції, що іноді виливався у прямі погрози.

Загалом, Telegram-канал Nexta є вільною журналістикою та підтримкою опонентів режиму. Із зростанням популярності каналу, почало зростати і невдоволення білорусів. Як зазначають редактори каналу, зокрема Протасевич Р., отримується великий потік повідомлень від користувачів, їх сотні за хвилину, особливо вночі. Потім вони обробляються за допомогою адміністраторів [77, с. 56].

Редактори також намагаються перевірити новини, але, звичайно, це можливо лише в дуже обмеженій мірі. Ось чому білоруські журналісти заявляють: «...«Нехта» працює несерйозно, надто багато дезінформації поширюється...».

У німецькомовних джерелах дослідники зазначають, що з тих пір, як німецький уряд підтримав демократичний рух у Білорусі і засудив насильство режиму проти мирних демонстрантів, за допомогою інших Telegram-каналів уряд Білорусі проводить антиєвропейську, і зокрема антинімецьку пропаганду.

Східноєвропейський історик Фрідман О., який приїздив у Мінськ і в даний час (станом на 2021 рік) проводить дослідження в Берлінському університеті імені Гумбольдта, спостерігав за цією подією з початку мирних акцій протесту влітку 2020 року і зібрав приклади для RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND):

- 29 січня 2021 року: на анонімному телеграм-каналі, наближеному до уряду, Шелті Сліві (Жовті сливи), посла Німеччини в Мінську

Манфреда Хутерера називають фашистом і опосередковано порівнюють з СС експієнт Вільгельм Кубе, коли з 1941 року на окупованих білоруських територіях діяв «Генеральний комісар Білорусі та Мінська»

- 6 лютого 2021 року: автор того самого каналу Telegram звинувачує Ангелу Меркель у протибілоруській політиці
- 7 лютого 2021 року: Телеграм-канал Асоціації журналістів пише, що Німеччина не має права критикувати ситуацію в Білорусі. У Німеччині є політичні в'язні, а з людьми жорстоко поводитьися поліція. У соціальних мережах німецьких поліцейських називають «гестапівцями», які жорстоко розривають мирні демонстрації в Німеччині.
- 3 березня 2021 року: Телеграм-канал державного інформаційного агентства Belta повідомляє, що «німецька державна безпека» класифікувала парламентську партію AfD як «підозрілу на правій екстремістській справі». Противниками коронарної політики називають мужніх борців за свободу в «тоталітарній державі» Німеччини [79, с. 15].

Також, у Києві громадська організація «Інтерньюз-Україна» за підтримки Представництва Фонду Конрада Аденауера в Україні проаналізували та вивчили деталі протестів в Україні (2014 рік) та Білорусі (2020 рік) і виявили такі закономірності ролі соціальних мереж у протестах: [4, с 49].

- Роль мобілізації
- Роль внутрішнього комунікатора
- Роль інформатора про протестну діяльність
- Роль координаторів протестної діяльності
- Роль у пошуку волонтерів та забезпечення допомоги протестувальникам, медична допомога або збір коштів

- Роль мережі, що консолідує погляди на основні події протестів

Дослідження також спрямоване на доказ того, що першим етапом є ідея, колективна дія, а інструменти соціальних мереж впливають лише на силу прояву.

Варто зазначити, що Інтернет-технології модернізуються та стають досконалішими із року в рік. Оскільки між трьома протестними рухами є проміжок часу у десять років, ми простежуємо трансформацію соціальних мереж як у технічному плані, так і в плані довіри та впливу безпосередньо на маси людей.

У кожному з регіонів з'являються свої лідери думок, блогери, стрімінгові журналісти тощо, розвиваються різні соціальні медіа, такі як «Youtube», що спрямовані на аудіо та візуальне сприйняття.

Безперечно Facebook та Twitter займають лідуєчі позиції у формуванні протестів Арабської весни та Революції Гідності, у той час, як у Білорусі зовсім не мали сили. Натомість Telegram посів перші сходинки у рейтингу нових ЗМІ.

Якщо проопозиційні видання мають перевагу у Facebook, вони не домінують також в Instagram. Стенфордський університет провів дослідження, та зробив такі висновки:

Першими сторінками у Facebook дійсно є сторінки прихильників О. Лукашенка, у той час як Instagram не має жодної сторінки, яка була б пов'язана з Лукашенко. Єдине негативне висвітлення прихильників Лукашенко, яке можна було знайти серед 10 популярних сторінок, з'явилося на TUT.BY, нейтральній білоруській мережі новин [48, с. 3].

Це може свідчити про те, що уряд проводив активну політику зменшення негативу у соціальних мережах, з метою впливу на громадян, які ще не вирішили остаточно, який бік вони приймуть: влада чи опозиція?

Для груп протестів та людей, що були впевнені в своїй прихильності до опозиції соціальні мережі навпаки ж послуговували платформою для вираження невдоволення та допомогли координуватися на вуличних протестах.

Організація NetBlocks зауважила, що численні веб-сайти та соціальні мережі не працювали в Білорусі взагалі та були заблоковані. NetBlocks - це група громадянського суспільства, яка захищає цифрові права та кібербезпеку. У своїй «Обсерваторії відключення Інтернету» активісти фіксують збої та заборони Інтернету у зв'язку з виборами та іншими важливими подіями [3, с. 30].

Як зазначається на сайті організації перші спроби блоку Інтернету були ще до виборів та оголошення результатів виборів президента 2020 року. Відчутно це було спочатку лише у Мінську.

Коли дільниці були відкриті, інші великі міста Білорусі відчули проблеми зі зв'язком та не могли вийти до мережі. Пізно вдень та ввечері, коли виборчі дільниці закрилися, збій розповсюдився на всю країну [3, с. 28].

Тож, як свідчать усі дослідження приведені вище уряд розраховував на повне блокування Інтернету та на «поліцейську державу» у відповідь на протесті, однак не врахували сучасних можливостей соціальних мереж пристосовуватися до блоків.

Соціальні мережі, зокрема соціальні медіа, мають все більший вплив на публічний дискурс у суспільстві. Тож, сьогодні соціальні мережі все частіше використовуються задля висвітлення політичних подій, а такі крупні портали як Twitter або Facebook мають змогу збільшити політичну участь населення [52, с. 43].

Тож, саме крупні соціальні мережі в умовах придушення особистих або політичних свобод є платформами для висловлення думок. Однак, існує ймовірність «проплачених» постів з боку уряду або з боку опозиції для

формування потрібної думки у населення щодо тієї чи іншої ситуації(політичного рішення, правок до законів тощо).

Зараз соціальні мережі у постреволюційних країнах мають тенденції до збільшення аудиторії, яка в свою чергу має на меті такі завдання: [48, с. 16].

- початок або повернення у бізнес після революції
- пошук однодумців
- отримання освіти онлайн
- включення до інформаційного потоку світу та країни

Однак, варто зазначити, що на основі проведених досліджень, бачимо зменшення тенденції до використання національних соціальних мереж, таких як «НаМайдані», оскільки світова глобалізація витісняє національне замінюючи глобальним. Дослідження демонструють пряму залежність політичних інститутів та інструментарію соціальних мереж, зокрема у подіях протестів, оскільки виникає необхідність постійно контролювати населення, його настрої та дії, аналізувати активність чи пасивність у революційних подіях, узагальнювати інформацію, що відбувається за стінами урядів.

Підсумовуючи, можна виділити характерні особливості та наслідки поширення соціальних мереж у трьох проаналізованих регіонах світу.

Певні наслідки:

- зрощування, неможливість відділення реального життя від життя в мережі
- інтернет-залежність як психічний стан, так і як культурне явище
- новий виток у біхевіористиці- девіантна поведінка «хакера»
- глобалізація особистого простору людини, поява блогерів
- поділення суспільства на дихотомію «свій-чужий» за допомогою формування певних думок у соціальних мережах

- формування нової культури- кіберкультури, як нового напрямку в суспільстві [67, с. 16].

Отже, особливістю ролі соціальних мереж у протестних подіях Арабської весни можна виділити наступне: соціальні мережі мали прямий вплив на масштаб революційних подій у країнах арабського світу, оскільки були важливим незалежним елементом у боротьбі проти свавілля влади, хоча й зазнавав цензури та блокування з боку держав. Для населення соціальні мережі стали джерелом правдивої інформації та розширенням кордонів розуміння політичного протесту. За думкою арабських вчених саме Facebook продемонстрував суспільству, що політика може здійснюватися не лише елітою, а й громадянами, що **призвело до виникнення політичної культури.**

Владі соціальні мережі надали новий інструментарій для відстеження протестантів, що можна розглядати як з позитивного так і з негативного боків, оскільки протестанти не завжди були мирними, активізувалися терористичні групи, тому іноді інструмент контролю та цензури державою відіграв велику роль.

Особливістю ролі соціальних мереж у протестах «Революції Гідності» по-перше є можливість консолідації населення у короткий проміжок часу, а по-друге, є зародком загальної свободи слова, що перетворює країну на ту, що має демократичні ознаки. Дії влади у соціальних мережах можна розцінити як неоднозначні, оскільки у 2014 році ще надавалася перевага ТБ, що транслювали звернення політиків до народу у прямих ефірах, але революційні події підштовхнули владу до діалогу з народом саме у соціальних мережах, що дозволило Володимирі Зеленському у 2019 році провести масштабну Інтернет-кампанію, діджиталізацію та перемогти на виборах.

Протести в Білорусі у той же час, доводять, що соціальні мережі є необхідною складовою для демократичних виборів, у той час як уряд робить ЗМІ авторитарними.

Особливістю ролі соціальних мереж для населення у протестах 2020 року в Білорусі є консолідація поглядів, мобілізація мас, можливість показати зарубіжним ЗМІ, що відбувається на вулицях насправді.

Особливістю ролі соціальних мереж для влади є розуміння необхідності сприйняття поглядів громадян та гарантування свободи слова, преси та дій. Оскільки соціальні мережі неможливо заблокувати повністю, а усі дії влади назавжди залишаються на серверах цифрових платформ, у вигляді статей, інтерв'ю тощо.

Країни з авторитарним та гібридним режимом використовують соціальні мережі як базову альтернативу заангожованим ЗМІ або друкованим виданням, які є провладними або потерпають від політики жорсткої цензури.

На відміну від демократичних країн, де влада використовує соціальні мережі, як засіб спілкування з громадянами, уряди авторитарних чи гібридних країн використовують лише ті технічні можливості соціальних мереж, що надають змогу блокувати або знаходити користувача, яскравим прикладом чого, ми можемо бачити реакцію на протести військового уряду у М'янмі.

Влада користується такими інструментами соціальних мереж, як відключення та дострокове закінчення ліцензії ЗМІ, що представлені у соціальних мережах, без змоги відновити, політичні пропозиції для демонстрантів, що виходять на вулиці «ЗА» владу, поширення тролів та ботів, для заспамлення стрічки новин за для неможливості громадянами побачити реальні пости протестувальників, а отже й реальний перебіг подій.

Для авторитарних країн не типічними є прояви мирних протестів, оскільки громадяни починають протести вже з так званої «точки кипіння», що перетворює Інтернет простір на арену боротьби населення та влади, де останні або ж проводять політику ігнорування протестів он-лайн, або ж намагаються використати усі можливі державні ресурси для неможливості переходу від он-лайн протестів до оф-лайн протестів на вулицях.

ВИСНОВКИ

Результати проведеного дослідження дають підстави зробити такі висновки:

В умовах демократії, заснованої на ідеологічному, політичному, інформаційному плюралізмі, роль соціальних мереж у протестних рухах зростає саме за рахунок високого рівня конкуренції на політичному полі. На основі опрацьованих джерел виявлено, що використання та особливості соціальних мереж у революційних аспектах розглядаються авторами праць та експертами з різних аспектів прояву та мають неоднозначну оцінку.

У кваліфікаційній роботі зроблено спробу відходу від теоретичних дискусій у бік практичних прикладів використання соціальних мереж у таких країнах як Туніс, Лівія, Алжир, Україна, Білорусь, США та Франція у хронологічному порядку «спалахів» революцій та використання в них соціальних мереж.

На підставі розглянутого теоретичного матеріалу базових підходів поняття «соціальні мережі» було встановлено наступне:

Поступово соціальні мережі, що використовуються в організації протестних рухів, доповнюються і вдосконалюються, відображаючи суспільні трансформації та еволюційні зміни в цифрових комунікаціях.

Дослідники розглядають еволюцію використання соціальних мереж та виокремлюють з теоретичної точки зору таке важливе значення мереж значення з двох причин:

1. Вони відкривають шляхи для переміщення інформації;
2. Вони ставлять людей на перехрестя цих шляхів, надаючи різні можливості контролювати або просувати інформаційні потоки.

Оскільки у вивченні явища «соціальних мереж» існує декілька підходів, у кваліфікаційній роботі було проаналізовано головні: інструментальний(представник Балусєв Д.Г); стратегічний(Квіт С.); комунікативний(Бєбїк В.М); психологічний(Туфєкчі З.), що дає змогу вивчити

найголовніші складові соціальних мереж та проаналізувати їх роль у політичному житті суспільства.

Класифікація соціальних мереж Б. Соліса, яка була розглянута у першому розділі чітко виокремила функції та інструменти, за допомогою яких є можливим їх практичне втілення у життя.

У другому розділі була виявлена роль соціальних мереж як інформативно-комунікативного ресурсу в протестних рухах країн з консолідованою демократією (країни були обрані за класифікацією компанії «Economist Intelligence Unit» та організації «Freedom House», що займаються дослідженням та розробкою Індексів демократії у країнах світу).

На прикладі таких рухів, як "Black Lives Matter" у США та рух «Жовтих жилетів» у Франції, проаналізовано проблему збільшення ролі політичного маніпулювання у соціальних мережах у процесі здобуття влади, яка базується на швидкоплинності світу, що з кожним днем потребує нових технологій та механізмів та збільшення кількості інформаційних потоків, які владі необхідно контролювати.

У кваліфікаційній роботі було проілюстровано декілька прикладів використання інструментів соціальних мереж направлених на допомогу встановлення демократичного режиму: онлайн вибори, петиції, формування профспілок, лобювання.

Виокремлено такі технології, як «слактивізм», «кликтивізм», що являють собою сукупність методів, технологій та прийомів, що вивчають спектр реакції та змін на основі спостереження за поведінкою людей.

У третьому розділі були розкриті особливості застосування соціальних мереж у протестних рухах країн з авторитарним та гібридним режимом, що також були виокремлені на підставі досліджень компанії «Economist Intelligence Unit» та організації «Freedom House».

Простеживши еволюцію використання соціальних мереж зроблено висновок, що у 2010 році соціальні мережі тільки починали своє зародження

на тлі протестів «Арабської весни». Використовувалися як традиційні ЗМІ, так і ЗМІ у соціальних мережах, з перевагою перших.

У 2014 році події «Революції Гідності» продемонстрували повне включення користувачів соціальних мереж до протестних рухів, застосування нових Інтернет-технологій, таких як стрімінгова журналістика та створення своєї платформи для спілкування та обміну даними.

У 2020 році, аналіз події у Білорусі дає підставу вважати, що у країні виникають та розповсюджуються технології блокування та розблокування цифрових платформ. На відміну від Білорусі в Україні медійний ринок був більш різноманітним та вільним, оскільки багато каналів, як ТБ так і в соціальних мережах, належали приватним підприємцям.

Головними особливостями використання соціальних мереж у країнах з консолідованою демократією та країнах з авторитарним та гібридним режимом було визначено:

- відсутність мирних протестів у країнах з авторитарним чи гібридним режимом, у той час як демократичні держави демонструють вдалий досвід вирішення політичних питань не насильницьким шляхом, а отже відсутність закликів через соціальні мережі до повалення влади, у той час як у країнах з названими недемократичними режимами соціальні мережі перетворюються на «арену» боротьби громадян та влади;
- відсутність альтернатив інформаційно-комунікативних каналів у країнах з авторитарним та гібридним режимом. Соціальні мережі у таких країнах стають єдиним джерелом, яке неможливо повністю заблокувати або залякати та привласнити, як наприклад можна зробити із ТБ або друкованими виданнями. На відміну від демократичних країн, де соціальні мережі є лише однією з альтернатив інформаційно-комунікативних каналів.
- соціальні мережі у недемократичних країнах стають можливістю розширення «соціальних кордонів» за якими не працює тактика

замовчування, що можна побачити на прикладі Туреччини у 2013 році

- у країнах з авторитарним та гібридним режимом протестувальники накладають на Інтернет-протести роль «трансформатора» соціального середовища, у той час, як для демократичних країн мережі стають лише одним із можливих каналів донесення своїх невдоволень або пропозицій до урядів;
- використання населенням та владою демократичних країн усіх запропонованих технічних обладнань(засобів) соціальних мереж, у той час як в авторитарних та гібридних режимах користувачі соціальних мереж не можуть діяти з використанням усього арсеналу засобів, через численні заборони та відсутність елементарного мережевого зв'язку, а можливо й гаджета загалом.
- у країнах консолідованої демократії влада використовує соціальні мережі, як один із засобів політичної реклами, що дозволяє виходити на зв'язок із протестувальниками безпосередньо, що вдало використовує опозиція влади у США вже декілька кампаній поспіль. Щодо авторитарних та гібридних режимів варто зазначити, що влада використовує цифрові технології зазвичай проти розгортання протестних рухів за допомогою відстеження геолокації, блокування сторінок та дописів, відключення Інтернету по всій країні.

Однак, продемонстрована еволюція Інтернет-технологій свідчить про зростання ролі соціальних мереж в політичному житті суспільства, попит на нову та правдиву інформацію, пошук однодумців та необхідність вільного простору для виявлення та демонстрування думок, як у країнах із консолідованою демократією, так і в країнах з авторитарним та гібридним режимом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бебик В.М. Політологія для політика і громадянина : [монографія] / В. М. Бебик; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – Київ: МАУП, 2004. – 421с.
2. Воробйова Т. Л. Етапи політичного протестного руху в незалежній Україні : УДК 323.233:316 / Воробйова Т. Л. – ДонНУ імені Василя Стуса, 2016. – 20 с.
3. Габер Є. В. «Арабська весна» на Близькому Сході: вибір моделі суспільної трансформації // Суспільно–політичні трансформації в країнах Сходу на сучасному етапі : колективн. моногр. / За заг. ред. Л. В. Матвєєвої; [упоряд. О. С. Мавріна та І. В. Отрощенко]. Київ: Інститут сходознавства ім. А. Ю. Кримського НАН України, 2012. С. 30
4. Головатий М.Ф. Мистецтво здобувати владу / Микола Головатий // Політичний менеджмент. - 2003.- № 1.- С.58.
5. Данько Ю.А. «Нові медіа» у формуванні протестних рухів / Ю.А. Данько // «Соціалізація особистості у сучасних соціокультурних контекстах» : VI Міжн. наук.-практ. конф., Харків, 15 травн. 2015 р. — Харків : Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди, 2015. — С 46.
6. Данько Ю.А. Соціальні мережі у протестних акціях: функціональні реалії та потенціал / Ю.А. Данько // Сучасне суспільство : політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки : зб. наук. праць / Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди. — Харків, 2015. — Вип 1 (7). — Ч. 1. — С 38.
7. Данько Ю.А. Соціальні мережі: сучасна форма спілкування / Ю.А. Данько // Соціологія у (пост)сучасності : зб. тез допов. XIII Всеукр. наук. конф. студентів та аспірантів, Харків, 23 – 24 квіт. 2015 р. — Харків : Харківських національний університет імені Каразіна, 2015. — С. 31.

8. Заболотня Т.М., Бартков'як А.Ю. Програмна бібліотека методів аналізу тональності відгуків Інтернет-користувачів // "Informatics and Computer Technics Problems". Тези доповідей. – Чернівці. 21-24 травня 2020. – С. 85-87.
9. Заболотня Т.М., Соколовська А.В. Підхід до визначення образливого вмісту текстових повідомлень в соціальних мережах // "Прикладна математика та комп'ютинг. ПМК 2018". Тези доповідей. – Київ. 21-23 березня 2018. – С. 243-249.
10. Зражевська, Н. І. Комунікаційні технології. Курс лекцій. — Черкаси: Брама-Україна, 2010.
11. Камінська Л. Ф. теоретичні підходи до дослідження суспільних рухів / Л. Ф. Камінська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2010. – № 1-2. – С. 91-93.
12. Катков І.Є. Маніпуляція, як основоположний інструмент політичної влади // Науковий форум: Юриспруденція, історія, соціологія, політологія та філософія: зб. ст. за матеріалами X міжнар. наук.-практ. конф. - № 8 (10). - М., Изд. «МЦНО», 2017. - С. 5-10.
13. Кузнєцова Є. «Науковий блог: як інтернет назавжди змінив протест» [Електронний ресурс] / Є. Кузнєцова // BBC News Україна. – 2015. Режим доступу до ресурсу: https://www.bbc.com/ukrainian/blogs/2015/12/151222_protest_change_blog_or
14. Лазарев С.С. Використання теорії мобілізації ресурсів в рамках соціально-політичних змін та рухів. Актуальні проблеми політики. 2013. Вип. 50 УДК 321.01/02 Лазарев С. С., ДЗ «ПНПУ імені К. Д. Ушинського».
15. Лейн Д. «Кольорова» революція як політичний феномен [Електронний ресурс] / Лейн Д.. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJ

RN&P21DBN=UJRN&IMAGE_F

ILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/stmm_2010_1_4.pdf.

16. Лобовікова, О. О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства [Текст] / О. О. Лобовікова, А. С. Мельніков // Вісник Львівського університету. – Л., 2011. – Вип. 5. – С. 154-160.
17. Мадрига Т.Б. // Гілея: науковий вісник. - 2014. - Вип. 90. ...
Особливості впливу української телевізійної політичної реклами на цільову аудиторію (на прикладі рекламних сюжетів 2014 року) [Електронний ресурс] / Т.Б. Мадрига // Прикарпатський вісник НТШ. Думка. - 2014. - № 3. - С. 75-81
18. Мирошніченко Б. Технології протесту. Як через месенджери і соцмережі борються з диктаторами і запускають світові революції [Електронний ресурс] / Мирошніченко Б. // Українська правда– 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2020/08/27/7264300/>
19. Онищенко О. С. Соціальні мережі як чинник розвитку 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., 2013. – 220 с
20. Патюк, С. В. Соціальна мережа: поняття, історія виникнення, сучасний стан справ / С. В. Патюк, Е. В. Коврига. - Текст: безпосередній // Юний учений. - 2017. - № 2 (11). - С. 75-77. - URL: <https://moluch.ru/young/archive/11/873/> (дата звернення: 10.02.2021).
21. Пугачов В.П. Технології прихованого управління в сучасній російській політиці / / Вісник Московського університету. Сер. 12. Політичні науки. – 2003. – № 3.
22. Сахань О. М. Про використання соціальних мереж інтернету як засобу створення іміджу політичної влади в Україні / О. М. Сахань // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого.

- Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2014. – № 2. – С. 154
23. Соліс Б. Роль сучасних соціальних мереж в соціумі та політичних технологіях. – Директ-Медиа 2012. – 8 с.
24. Фергюсон Н. Площі та вежі. Соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку / Н. Фергюсон., 2018. – 552 с.
25. Чемеркін С. Г. Мова інтернет-комунікації / С. Г. Чемеркін // Українська мова: Енциклопедія. Вид. 3-тє. – К.: Українська енциклопедія, 2007. – С. 366.
26. Анохин М.Г. Современные технологии эффективной политики: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. – 239 с.
27. Арндт Х. О революции [Електронний ресурс] / Ханна Арндт // Европа. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://baguzin.ru/wp/wpcontent/uploads/2016/04/%D0%A5%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B0-%D0%90%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%82.-%D0%9E-%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D0%B8.pdf>
28. Балувев Д.Г. Роль «новых СМИ» в современных политических процессах / Д.Г. Балувев, А.А. Новоселов : [Ел. уч. пособие]. — Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2012. — 40 с.
29. Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама. Учебное пособие. — 2-е изд., испр. — М.: Аспект Пресс, 2019. — 280 с.
30. Иванов Д. В. Виртуализация общества / Д. В. Иванов – Санкт-Петербург: «Петербургское Востоковедение», 2000. С. 130
31. Кулиш А. Выборы, агитация, медиа: Практические советы руководителям избирательных штабов / А. Кулиш. - М.: Независимая общественная PR-сеть, 2010. - С. 76

32. Плющ А.Н. Об информационном влиянии политических субъектов на электорат // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С.86.
33. Тысячнюк М. С. Новые подходы к анализу трансграничных общественных движений в условиях глобализации / М. С. Тысячнюк // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2018 – № 3. – С 62.
34. Ушкин С. Г. Протестные сообщества в социальных сетях: три года наблюдений / Ушкин С. Г. // Мониторинг общественного мнения. — 2014. — № 6 (124). — С 118.
35. Федоришина Е. Сундук кукловодов: инструменты манипуляции сознанием в информационных войнах [Электронный ресурс] / Е. Федоришина. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/sunduk-kuklovodov-290334>
36. Халперн Д. Психология критического мышления / Д. Халперн. – М., 2000. – 347 с.
37. Ших К. Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса / Клара Ших. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 304 с.
38. Шишкина М.А. Из истории публичных коммуникаций (от Античности до Просвещения). СПб., 2005. С.3.
39. Шмарадина Л. « Мало детей, много женщин: социологи о составе участников акции протеста 23 января» [Электронный ресурс] / Л. Шмарадина// The Ball Україна. – 2021. Режим доступа до ресурсу: <https://thebell.io/malo-detej-mnogo-zhenshin-sotsiologi-o-sostave-uchastnikov-aktsii-protesta-23-yanvaryu>
40. Штомпка П. Социология социальных изменений / П. Штомпка ; пер. с англ, под ред. В. А. Ядова. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 416 с.
41. Яценко А. Л. Функциональные особенности социальных сетей в коммуникационном пространстве глобализующегося общества : автореферат дис. ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Яценко Андрей Леонидович. – Ставрополь, 2020. – 21 с

42. Auxier B. Americans think social media can help build movements, but can also be a distraction [Электронный ресурс] / В. Auxier, С. McClain // Pew Research Center. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/09/09/americans-think-social-media-can-help-build-movements-but-can-also-be-a-distraction/>.
43. Barberá, P. , & Metzger, M. (2013). How Ukrainian protestors are using Twitter and Facebook. The Washington Post, 4 December. Режим доступа до ресурсу: <http://www.washingtonpost.com/blogs/monkey-cage/wp/2013/12/04/strategic-use-of-facebook-and-twitter-in-ukrainian-protests/>.
44. Bealey F. Stability and Crisis: Fears About Threats to Democracy // European Journal of Political Research. 1987. Vol. 15. № 6. P. 715.
45. Beklemysheva A. Social Network Application Development: Types, Challenges, Technologies [Электронный ресурс] /А. Beklemysheva A//Steelkiwi. – 2021. Режим доступа до ресурсу: <https://steelkiwi.com/blog/social-network-application-development-types-challenges-technologies-costs/>
46. Bernasconi O. Political Technologies of Memory: Uses and Appropriations of Artefacts that Register and Denounce State Violence / O. Bernasconi, E. Lira, M. Ruiz. // International Journal of Transitional Justice. – 2019. – С. Pages 29.
47. Besley, T, and A Prat (2006), “Handcuffs for the grabbing hand? Media capture and government accountability”, American Economic Review 96 p. 720
48. Bush D. No Modest Voices: Social Media and the Protests in Belarus / Daniel Bush. // Stanford University. – 2020. Режим доступа до ресурсу: <https://fsi.stanford.edu/news/no-modest-voices-social-media-and-protests-belarus>
49. Castells M. « A network theory of power» — Oxford University Press, Oxford — 2011 p. 787

50. Castells M. «Communication Power» — Oxford University Press, Oxford — 2009
51. Castells M. «Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age» — Cambridge University Press, Cambridge — 2012
52. Comunello F. Will the Revolution be Tweeted? A Conceptual Framework for Understanding the Social Media and the Arab Spring, in: Islam and Christian Muslim Relations / Francesca Comunello., 2012. – 463 с.
53. Diamond, L, Plattner M “Liberation technology”, Journal of Democracy 21: — 2020— p.83
54. Enikolopov, R. Social media and protest participation: Evidence from Russia [Электронный ресурс] / R. Enikolopov,, A. Makarin, M. Petrova. – 2019.
55. Faris D. «Dissent and Revolution in a Digital Age: Social Media, Blogging, and Activism in Egypt» — I.B. Tauris, London — 2013
56. Gerbaudo P. «Tweets and the Streets. Social Media and Contemporary Activism» — Pluto Books, London — 2012
57. Gerdžiūnas B. Revolution will be Telegrammed: social media channels drive Belarus protests [Электронный ресурс] / Benas Gerdžiūnas // EURACTIV Network. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.euractiv.com/section/digital/news/revolution-will-be-telegrammed-social-media-channels-drive-belarus-protests/>.
58. «Global social media research summary 2017: [Smart Insights] ». – Режим доступа: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/socialmedia-strategy/new-global-social-media-research/>. — (19.12.2017).
59. Klandermans B. New social movements and resource mobilization: The European and the American approach revised // Research on social movements: The state of art in Western Europe and the USA / Ed. by D. Rucht. Campus Verlag. Westview Press. 1987. – 112 p.
60. Kneuer M. «Welche Rolle spielen soziale Medien in Protestbewegungen? Forschung zu Internet und Demokratie. Isa Lange Pressestelle. Stiftung

- Universität Hildesheim» -2016. Режим доступа до ресурсу: <https://idw-online.de/de/news644829>
- 61.Kvit S. The ideology of the Euromaidan [Электронный ресурс] / S. Kvit.- 2018- Режим доступа: <https://journalsmacewan.ca/index.php/shcsjournal/article/view/245/196>
- 62.Lin N. Social Resources and Instrumental Action // Social Structure and Network Analysis, edited by Peter / V. Marsden and Nan Lin. – Beverly Hills, CA : Sage, 2005. – P. 131-45
- 63.McAdam D. Beyond Structural Analysis: Toward a More Dynamic Understanding of Social Movements / Diani M., D. McAdam, eds. // Social Movements and Networks. Relational Approach to Collective Action. Oxford : Oxford University Press, 2003. – P. 281 – 298.
- 64.Needleman S. Social Media Becomes Battleground Over Days of Street Protests [Электронный ресурс] / S. Needleman, S. Herrera // The Wall Street Journal. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.wsj.com/articles/social-media-becomes-battleground-over-days-of-street-protests-11591018647>.
- 65.New Handbook of Political Science (ed. by R.E. Goodin, H.-D.(Klingemann). – Oxford University Press, 1996. – 225 p.
- 66.Read M. Did Facebook Cause Riots in France? [Электронный ресурс] / Max Read // INTELLIGENCER IS A VOX MEDIA NETWORK.. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://nymag.com/intelligencer/2018/12/did-facebook-cause-the-yellow-vest-riots-in-france.html>
- 67.Reuters Institute Digital News Report 2017. // Reuters Institute for the Study of Journalism. – 2017. – С. 136. Режим доступа до ресурсу https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf
- 68.Regino Losano L. Sistemas tecnologicos / Luisa Regino Losano. – 2021.

69. Rospigliosi A., Greener S. Proceeding of the European Conference on Social Media / A. Rospigliosi, S. Greener. – Brighton.: University of Brighton, 2014. – 787 p.
70. Sassen S. Digital formations of the powerful and the powerless / Sassen Saskia – Columbia University, 2012. – 478 c.
71. Spiegel. F, Rosenberger P, Wartke E. « Die Rolle sozialer Netzwerke bei der Demokratisierung» » [Электронный ресурс] / F. Spiegel, P. Rosenberger, E. Wartke // PHILOTEC— 2013 Режим доступа до ресурсу: <http://philotec.de/data/spiegel-ua-social-media-demokratie.pdf>
72. Tauch C. and Kanjo E., The roles of emojis in mobile phone notifications, / C. Tauch, E. Kanjo // — International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing, UbiComp Adjunct 2016 — 2016 — Pp. 1565
73. The Economist Intelligence. Democracy Index 2015 Democracy in an age of anxiety / The Economist Intelligence. // The Economist. – 2015. – С. 67.
74. Todd E. Le rendez-vous des civilisations / E. Todd, Y. Courbage // Seuil, Paris,. – 2007.
75. Tucker, J., Metzger M., Barberá, P. (2014). SMaPP Lab Data Report: Ukraine Protests. 2013–2014. Social Media and Political Participation Lab, New York University.
76. Tufekci, Z. Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest. Yale University Press.
77. Ying Ch., Yilu Zh., Sencun Zh., Heng X. Detecting Offensive Language in Social Media to Protect Adolescent Online Safety / Ch. Ying, Zh. Yilu, Zh. Sencun, X. Heng // —International Conference on Social Computing, 2021 — 2021 — Pp.81.
78. Zald M. Social Movements in an Organizational Society: Collected Essays / M. Zald. – New Brunswick : Transactions books. 2013. – 142 p.
79. Zinger E. Proteste in Belarus :Nicht zu blocken / ERICA ZINGHER. // taz. – 2020. Режим доступа до ресурсу <https://taz.de/Proteste-in-Belarus/!5702884/>