

виступили за Brexit (Britain та Exit), Кемерон визнав, що королівству потрібен новий прем'єр-міністр. На зміну Кемерона посаду прем'єр міністра офіційно отримала Тереза Мей, лідер консервативної партії 13 липня 2016 р.

Список використаних джерел:

1. A Moagar-Poladian S., Dumitrescu G-C., Baltatescu I., Balan E-M., Taranu M-C., Rusu A., Cocosatu C.C.. Brexit: The Economic and Political Impact of a Possible Withdrawal of Great Britain's from the European Union. Global Economic Observer. – Vol. 3. – No. 2. – July 1, 2015.

2. «Lisbon Treaty: The making of *Council of the European Union*». Archived from the original (PDF) on 20 May 2013. URL: <http://ec.europa.eu/avservices/services/showShotlist.do?out=PDF&lg=En&filmRef=i-055938>.

3. David Cameron's EU speech at Bloomberg, 23 January 2013. URL: www.gov.uk/government/speeches/eu-speech-at-bloomberg.

Шевченко Ю.М.

аспірант,

*Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова*

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗДІЙСНЕННЯ ВПЛИВУ НА МАСОВУ СВІДОМІСТЬ

В наш час світ стрімко змінюється, у тому числі завдяки сучасним електронним засобам зв'язку, новим інформаційним технологіям, соціальним медіа. Соціальні медіа – це Інтернет сервіси, призначені для масового розповсюдження вмісту, який створюють самі користувачі, і автором може бути кожен, на протипагу традиційним медіа, де авторами є попередньо відібране і обмежене коло людей [1].

Очевидно, що крім соціальних мереж до соціальних медіа відносять також блоги, контент хостинги тощо. Відомий французький експерт у сфері соціальних медіа Фредерік Кавацца (*Frederic Cavazza*) щорічно складає карту соціальних медіа. Найбільш вдалою, на нашу думку, є класифікація 2017 року [2], коли соціальні медіа були поділені на категорії залежно від способу їх використання:

1) Сервіси для публікації текстів: блог-платформи (WordPress, Blogger, TypePad, Medium, Wix, Weebly, Ghost, SquareSpace...), wiki-сервіси (Wikipedia, Wikia...), новинні стрічки (Tumblr чи MySpace, Mastodon);

2) Сервіси для поширення контенту: відео (YouTube, Vimeo, Dailymotion), онлайн-трансляцій (Twitch, Periscope), документів (SlideShare, Scribd...), даних (data.world), фото (Instagram, Flickr, Imgur, Giphy, 500px...), ідей (Pinterest, Behance, Dribbble...), музики (Spotify, Deezer, Pandora, SoundCloud...);

3) Сервіси для передачі повідомлень: мобільні додатки (WhatsApp, Facebook Messenger, SnapChat, iMessage, BBM, Android Message, Allo, Duo,

Telegram, Signal, Skype, Kik, Viber, Tango...), відео (Tribe, TapTalk) і класичні месенджер – пошти (Gmail, Outlook, Yahoo Mail);

4) Сервіси для спілкування: традиційні соцмережі (Github, Reddit, Facebook, Groups, 4chan, Tapatalk...), коментарі (Disqus, Muut, Discourse, GraphComment...), питання-відповіді (Quora, StackExchange, Ask...);

5) Сервіси для професійного спілкування у форматі повідомлень (Slack, HipChat, Chime, TalkSpirit, Facebook Workplace, Hangouts Chat, Meet, Microsoft Teams...) і платформи для взаємодії (Yammer, Chatter, Dropbox, Evernote...);

6) Професійні соцмережі (LinkedIn, Viadeo, Xing, Plaxo...) та соцмережі для знайомства (Ning, Nextdoor, Houzz...).

У сучасному суспільстві роль соціальних медіа зростає, оскільки одна з головних їх особливостей полягає в інтерактивності і здатності постійно тримати в курсі справ. Звісно, не всі зазначені соціальні медіа є однаково популярними, однак комунікативно-інформаційний потенціал соціальних мереж, блогів і форумів став дорівнювати впливу телебачення. Якщо ж говорити про молодіжну аудиторію, то в даному випадку соціальні медіа є домінуючими у формуванні їхнього світогляду.

До інших, не менш важливих особливостей соціальних медіа можна віднести можливість здійснювати соціальну і політичну діяльність, яка забезпечується механізмами зворотного зв'язку та дає можливість оперативно реагувати на звернення громадян, які надходять напряму; здатність впливати на політичні та соціальні процеси у суспільстві; можливість виділяти певних політичних лідерів; відкритий доступ до соціальних та політичних матеріалів, які знаходяться на сторінках зазначених ресурсів.

Посилення ролі соціальних медіа в житті суспільства спостерігається в усьому світі, особливо в США та Європі. Тут соціальні мережі і блоги є найбільш популярним та широко використовуваним інструментом публічного дискурсу. Сьогодні майже кожен політик має свій акаунт у соціальних мережах і на блог-платформах, де розміщує інформацію стосовно свого політичного чи навіть приватного життя.

Найбільш яскравими прикладами використання Інтернету та соціальних медіа як засобу комунікації вважається:

– Передвиборча кампанія Барака Обами (2008 рік) [3]. Офіційний передвиборчий сайт Обами був створений Крісом Х'юзом, одним з авторів соціальної мережі Facebook. На ньому розміщено розділ «Obamaeverywhere» (Обама всюди), який включав посилання на профілі Обами в популярних серед американців соціальних мережах Facebook, Flickr, LinkedIn, MySpace, Twitter, а також на ряд інших ресурсів, які могли б дати повний образ кандидата, наприклад, на спеціальну добірку відео на YouTube.

– Президентські вибори в США в 2016 році. Вони вразили масштабністю використання можливостей Інтернету, в тому числі і соцмереж. Вважається, що на результати останніх президентських виборів в США вплинули два фактори: це використання алгоритмів big data, а також трансформація масової свідомості під впливом соціальних медіа. Зокрема, під час зазначених виборів соціальні

медіа становили джерело інформації номер один для понад 60% молодих виборців.

– Президентські і парламентські вибори у Франції в 2017 році. Найбільш активно в соціальних мережах працював Національний Фронт (НФ) на чолі з Марін Ле Пен. Сторінки НФ та М. Ле Пен на Facebook і Twitter були найбільш відвідуваними, загалом сумарна кількість їх підписників у цих двох соцмережах становила 1,3 млн. осіб [4].

Що стосується соціальних медіа, то вони можуть бути використані не лише для поширення та обміну інформацією. Вони також є механізмом збору інформації про користувачів цими ресурсами. Мова йде не лише про big data, а й про реакцію та суб'єктивну оцінку користувачами певних подій. Блоги, пости, статті залучають читачів до активного обговорення подій, про які йде мова в розміщених матеріалах, та до висловлювання власної оцінки цих подій. Отже, здійснюється прогнозування ймовірної реакції суспільства загалом.

Вплив соціальних медіа, які ще називають новими засобами масової інформації, на масову свідомість допомагають краще зрозуміти наступні п'ять аспектів [5]: індивідуальні трансформації, колективні дії, політика політичного режиму та зовнішня увага. Нові ЗМІ мають потенціал для того, щоб змінити спосіб, як громадяни думають або діють, пом'якшують або загострюють групові конфлікти, сприяють колективним діям, стимулюють негативний вплив на політичні режими та привертають міжнародну увагу до певної країни.

Таким чином, соціальні медіа без перебільшення можна вважати «м'якою силою» впливу. При цьому рівень громадянської активності прихильників соціальних медіа, зокрема користувачів соціальних мереж, є значно вищим у порівнянні з громадянами, які не охоплені цим явищем.

Список використаних джерел:

1. FredCavazza.net. Social Media Landscape 2017. Usages numériques et transformation digitale. URL: <https://fredcavazza.net/2017/04/19/social-media-landscape-2017>.
2. Ярослав Ажнюк. Що таке соціальні медіа і хто такі SMM-менеджери. Watcher. 16.07.2012. URL: <http://watcher.com.ua/2012/07/16/scho-take-sotsialni-media-i-hto-taki-smm-menedzhery>.
3. Тлуста А.О. Вплив соціальних мереж на політичну стабільність держави/ Сучасна система міжнародного права Vol 1, No 101 (2011). URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/1880/1649>.
4. Présidentielle: réseaux sociaux, espace de manipulations. 14.04.2017 URL: <https://www.franceinter.fr/politique/les-reseaux-en-campagne-vaste-audience-et-petites-manipulations>.
5. Blogs and bullets. New media in contentious politics. PEACEWORKS. United States. Institute of Peace. URL: <https://www.files.ethz.ch/isn/120788/pw65.pdf>.