

18. ТаблоID. Українська правда. Вбрання посла України на прийомі британської королеви збурило мережу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tabloid.pravda.com.ua/lounge/56d9b101c7544/>

Мацьшина Ирина. «Антикризисный PR («Главное, чтобы костюмчик сидел»)». Основная задача статьи – анализ национальных современных пиар-стратегий во время падения имиджа политика, задачи – выявить технологию распространения вирусной информации; проанализировать основные каналы имидж-корректировки; рассмотреть изменение модели поведения политика во время антикризисного PR. Методология анализа основана на контент-анализе, семиотическом подходе и теории фреймов. Основные результаты работы заключаются в выявлении алгоритма выравнивания имиджа политика. На данном примере, который рассматривается в статье, выявлены пять тактических приемов, которые использовались в течении 13 дней: обращение к авторитетам – первый шаг опровержения стереотипа – первый шаг переключения внимания – второй шаг переключения внимания-второй шаг опровержения стереотипа. Данное исследование может быть использовано в практическом применении имиджмейкеров и политических менеджеров в политической коммуникации.

Ключевые слова: имидж, мем, символ, фрейм.

Matsyshyna Iryna. «Anticrisis PR (“The Main Thing to Costume Sitting”)». Basic task of the article: analysis national modern PR of strategies during falling of image of politician. Tasks: to expose technology of distribution of viral information; to analyse the basic ductings image of adjustment; to consider a change the model of conduct of politician during anticrisis PR. Methodology of analysis is based on a content-analysis, semiotics approach and theory of frames. The basic results of research consist in the exposure of algorithm of smoothing of image of politician. In an example that is examined in the article, were found out five tactical receptions that was used in a flow 13 days: an address to authorities – the first step of refutation of stereotype - the first step of switching of attention – the second step of switching of attention – second step of refutation of stereotype. This research can be drawn on in practical application of imagemakers and political managers in political communication.

Key words: image, meme, symbol, frame.

Стаття надійшла до редколегії 22.02.2016 р.

УДК 007:304:070:001.102:004.77

Антоніна Митко

Комунікативні можливості громадських медіа

У статті розглянуто появу Інтернету як джерела масової комунікації, що викликала розгляд питання громадських медіа і як академічного дослідження, і як популярного. З'ясовано роль громадських медіа для побудови інформаційної держави. Охарактеризовано такі види громадських медіа, як меш-апи, підкасти, Wiki-технології, які більше застосовують у процесах інформатизації, а також соціальні мережі, блоги та мікроблоги, що трактують майданчик для інформаційних інтеракцій. Використано основні загальновідомі групи методів: філософські методи наукового пізнання, загальнонаукові та спеціальні методи й підходи. Зокрема, застосовано аналіз, синтез, дедуктивний метод, міждисциплінарний, концептуальний підхід. Комплексний підхід дав змогу виявити тенденції й закономірності інформаційної демократії, передбачити наслідки та можливий розвиток політичних подій з урахуванням особливостей інформаційної демократії.

Ключові слова: інформація, комунікації, соціальні мережі, громадські медіа, інформаційна держава.

Постановка наукової проблеми та її значення. Інформаційна держава як інструмент покликана служити інтересам суспільства, людей із впровадженням в органи державної влади інформаційних і телекомунікаційних технологій, отримує нові можливості для інформування своїх

громадян, урахування їхньої думки з ключових питань, підвищення ефективності своєї діяльності. В інформаційній державі державні органи використовують ІКТ для реструктуризації, підвищення ефективності роботи, відкритої інформаційної взаємодії з громадськістю, що привело до такого виду управління, як публічне. Із розвитком глобальної мережі Internet в 90-ті рр. ХХ ст. усе більше користувачів охопили її «павутиння» і так чи інакше залучають до специфічної взаємодії як між людиною та Інтернетом, так і між самими людьми, у відносинах яких мережа починає відігравати не лише роль посередника, а й стає невід'ємним складником, що робить можливим сам факт спілкування й визначальним його стиль.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Сутність й особливості концепцій щодо демократизації суспільного життя в процесі формування інформаційного суспільства досліджено, зокрема в публікаціях Й. Масуди («демократія участі»); Е. Тоффлера («напівпряма демократія»); М. Кастельса («криза представницької демократії» й становлення «інформаційної демократії») та ін. Досягнення демократичного управління в галузі інформаційних технологій здійснили автори «Governance.com: демократія в століття інформації» Д. Най і Е. Камарк. Класичне розуміння політичної комунікації розкрито в працях таких закордонних фахівців, як Г. Алмонд, К. Дойч, П. Лазерсфельд, Г. Лассуел, У. Ліпман, Ю. Маклуен й ін. Для використання громадських медіа нерозв'язаними залишилися проблеми цифрового відставання, цифрових прірв та розриву між розвиненими країнами й тими, що розвиваються. Ці питання породжені проблемами економічного розриву, різниці в застосуванні електронного потенціалу держави. Їх аналізували закордонні фахівці (Я. Нільсен, І. Пене-Лопес) та вітчизняні (Є. Архипова, Г. Вайнштейн, Є. Варганова й О. Смирнова, К. Герман, Л. Городенко, М. Згуровський, В. Іноземцев, І. Педак, Н. Піпченко, О. Соснін та ін.).

Формулювання мети та завдань статті. Ураховуючи важливість, актуальність і перспективність теми дослідження, ставимо за мету вивчити та проаналізувати комунікативні можливості громадських медіа.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Системоутворювальним чинником трансформації людської цивілізації на постіндустріальному етапі її розвитку є формування на основі використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій відкритого інформаційного середовища з інфраструктурою мережевого типу. Основне завдання політичної системи та інфраструктури інформаційного середовища – забезпечити свободу й доступність масового обміну інформацією та масових комунікацій. Транспортна основа мережевої інфраструктури – національні телекомунікаційні мережі, які, поєднуючи між собою різноманітну безліч депозитаріїв, джерел і споживачів інформації, утворюють інфокомунікаційні системи та мережі різного функціонального призначення, які в сукупності й складають національні сегменти глобальної мережі. Упровадження в усі сфери людської діяльності сучасних технологій створення, накопичення та розповсюдження інформації, засобів обчислювальної техніки й телекомунікацій, створення принципово нових і цифровізація традиційних інфокомунікаційних систем та мереж обумовлює якісні зміни й постійне розширення обсягів циркулюючої в таких системах та мережах інформації, яка стане ключовим ресурсом для економічного, соціального й політичного розвитку суспільства та держави [1].

У телекомунікаційному середовищі світової павутини починають діяти особливі правила поведінки, етичні принципи, форми спілкування й т. ін., відмінні від тих, що наповнюють наше реальне життя. Позитивні зміни простежено на таких фактах, як поширення Інтернету. Станом на 2015 р. найбільше Інтернет-юзерів виявлено в Ісландії (96 % населення), Норвегії (95 %), Швеції (94 %), Данії (93 %) та Нідерландах (93 %). Найменше Інтернет поширений у М'янмі, де доступ до нього має лише 1,1 % населення, Східному Тиморі (0,9 %) й Еритреї (0,8 %). Такі цифри наведено у звіті «Стан широкосмугового зв'язку 2013», який підготували ЮНЕСКО та Міжнародний союз електрозв'язку (МСЕ), передають УНН. Україна за показниками поширення Інтернету відстає від Польщі (46 місце), де цей показник становить 65 %, і Росії (69 місце), де більше половини (53 %) населення має доступ до Інтернету. Грузія посіла в цьому рейтингу 81 місце з рівнем поширення Інтернету 45,5 % [2].

Водночас проблема забезпечення доступом до мережі Інтернет окремих категорій громадян з особливо вразливих верств населення актуальна для державної інформаційної політики, спрямованої на подолання внутрішнього цифрового розриву, повинна бути предметом особливої уваги й може бути розв'язаною різними способами, уключаючи використання механізмів створення спеціалізованих фондів.

Крім того, за прогнозами фахівців, до 2017 р. у світі нараховуватиметься близько 3,6 млрд Інтернет-користувачів, або 48 % прогнозованого населення земної кулі (7,6 млрд осіб). Збільшиться й швидкість передачі даних у фіксованих широкосмугових мережах: із 2012 р. до 2017 р. вона зросте більш ніж у три з половиною рази – з 11,3 Мбіт/с до 39 Мбіт/с. Користувачі мереж до цього часу генеруватимуть 6 млн років відеоконтенту на місяць або більше двох років відеоконтенту в секунду. У регіональному розрізі найбільший обсяг IP-трафіку генеруватиме Азіатсько-Тихоокеанський регіон, утримуючи першість, уперше завойовану в минулому році. На національному рівні найвищі темпи зростання IP-трафіку за розглянутий період покаже Індія, де середньорічний приріст складе 44 %. На другому місці буде Індонезія (42 % на рік), а на третьому – ПАР (31 % на рік) [3].

Відносна дешевизна поширення інформації є, імовірно, однією з найбільш популярних рис Інтернету. «Горизонтальну» структуру, у якій кожен водночас і виробник, і споживач інформації та будь-який учасник може зв'язуватися з іншим, розглядають як протилежність традиційній «вертикальній» структурі ЗМІ. Така різноманітність джерел, як передбачено, діятиме проти «однобоковості» й «ідеологічної обробки» великих новинних корпорацій (які здебільшого контролюються великим капіталом і проводять його політику) та урядових джерел. Також уважаємо, що це надасть однакові можливості окремим людям і невеликим групам для розповсюдження їхніх ідей, можливостей, незалежних від розміру групи або її фінансових важелів. Проте теорія в цьому випадку не в усьому збігається з реальним життям. Потрібно мати на увазі, що в той час, як передача інформації все більше спрощується й здешевлюється, вартість отримання самої інформації залишається високою. Тому малі незалежні джерела не можуть змагатися з великими корпораціями щодо якості інформації. Крім того, недостатньо створити веб-сайт; найскладніше – зробити його відомим [4].

Комунікативний аспект регуляції владної діяльності в системі суспільних відносин належить до найскладніших питань. Влада в процесі функціонування налаштовується на ефективну співпрацю із суспільством, яке бачить своїми партнерами сильні, раціональні та ефективні інститути політичної влади. У діяльності людей надзвичайно важливі, як підкреслює В. Денисенко, комунікативні інтеракції – взаємодії, що ведуть не стільки до пошуку потрібних засобів для досягнення визначеної мети, скільки спрямовані на порозуміння між чинними суб'єктами. У цій ситуації партнера з комунікації розглядають не як засіб досягнення мети, а як рівноправного суб'єкта, взаємодіючи з котрим, перевіряють і рефлексують доцільність засобів та мети своєї дії, уступаючи з ним у комунікацію [5, с. 67].

Загальне визначення інформаційних інтеракцій як комунікативного процесу «взаємодії двох та більше суб'єктів, метою й основним змістом якої є зміна наявної інформації хоча б в одного з них» [6], що відбувається завдяки обміну інформацією, має як симетричний, так і асиметричний характер, але так чи інакше головна ознака цього процесу – наявність форм зворотного зв'язку (у вигляді виборів, очікуваної поведінки, потреб, запитів й ін.).

Різнноманітними є форми участі у виробництві контенту. Це не лише традиційні листи та дзвінки. Тепер це й участь аудиторії в різноманітних форумах, конференціях, що проводяться на сайтах, у ЗМІ; публікація оригінальних матеріалів, вибір кращого матеріалу дня й ін. різні форми інформаційної активності (традиційні та нові). На сьогодні, із погляду нашого дослідження, найбільше значення має активність аудиторії на таких інтерактивних платформах, як [7, с. 154–164]: персональні блоги; блоги журналістів (незалежні від ЗМІ); блоги, форуми, можливості коментування на сайтах он-лайнних ЗМІ; локальні інформаційні користувальницькі портали; блоги політичних організацій та окремих політиків.

Громадські медіа завжди пов'язані з громадськими комунікаціями та можуть мати різні форми, стосуватися різних груп людей і бути пов'язаними з великою кількістю різних напрямів. Водночас громадські медіа – засіб для створення дискусії та залучення звичайних громадян, котрі об'єднані певними цілями. Головна риса громадських медіа полягає в тому, що вони не залежать від комерційних тенденцій і популярних тем для обговорення. Це дає змогу створювати різні моделі громадських медіа, які можуть пропонувати відкриту редакційну політику або більше сфокусовану на залучення громадян.

Ключовими елементами, що належать до громадських медіа, є такі:

1. Блогосфера (*англ. blog від web log – мережевий журнал або щоденник подій*). Переважно відкриті для всіх користувачів мережеві (Інтернет) журнали, що ведуться за принципом описування власного повсякденного досвіду й певних роздумів щодо цього. Характерні приклади майданчиків, де розміщені мережеві журнали: «Blogspot», «Blogger», «MySpace» та ін.

2. Мікроблоги. Багато в чому схожі на традиційні блоги, проте основна відмінність – можливість використовувати лише малу кількість символів. (Це обумовлює їх більш тісну інтеграцію із сучасним мобільним зв'язком, оскільки 140 символів у повідомленні практично ідентичне кількості символів у СМС-повідомленні). Названі системи зазвичай використовують із метою попереднього інформування з окремих питань. Характерним прикладом є «Twitter».

3. Підкасти. Це аудіо- (рідше – відео) записи, що створюють із метою пояснення позиції автора з певного питання чи просвітницькими цілями. У подібному форматі готують лекції, подають коментарі фахівців тощо, вони є складовою частиною новинних повідомлень у західних Інтернет-виданнях, де, крім власне тексту, подано посилання на відповідний підкаст, наприклад: «RussianPodcasting», «Podomatic», «Talkshoe».

4. Wiki-технології. Спільне інформаційне середовище для взаємодії між різними особами з метою створення цілісних інформаційних продуктів, що містять більш-менш виважені та перевірені дані, які підтверджуються відповідними посиланнями на першоджерела. Можуть ставати джерелами дезінформації користувачів. До них відносимо такі сервіси: «Wikipedia», «Intellipedia».

5. Меш-апи (*англ. Mash-Up*). Сервіси, що повністю або частково використовують джерела інформації інших сервісів, надаючи користувачу нову функціональність для роботи. У результаті такий сервіс може стати новим джерелом інформації для інших сервісів. Таким чином формується мережа залежних сервісів, інтегрованих один з одним. Для вітчизняної політичної системи актуальні американські приклади реалізації подібної ідеї – «Recovery.gov» та «Data.gov».

6. Соціальні мережі (*англ. social network*). На сучасному етапі розвитку – комплексні рішення, що поєднують більшість із зазначених елементів громадських медіа. Будуючись за принципом системи персональних блогів, вони надають широкі можливості для суспільних взаємодій, більш інтенсивного обміну інформацією та створення нового контенту, зокрема «Facebook», «MySpace», «Вконтакте» [8].

Меш-апи, підкасти, Wiki-технології більше відповідають інформатизації, аніж інформаційним інтеракціям, тому розглянемо детально соціальні мережі, блоги й мікроблоги. Громадяни для реалізації своїх прав і виконання деяких обов'язків активно використовують такий інструмент громадських медіа, як *блог*. На сьогодні блоги ведуть усі активні Інтернет-користувачі. Вони становлять новий засіб комунікації (у тому числі політичної). Блог – це веб-сайт, основний вміст якого – регулярне додавання записів, зображень або мультимедіа. Відмінності блогу від традиційного щоденника обумовлені середовищем: блоги зазвичай публічні й передбачають сторонніх читачів, які можуть вступати в публічну полеміку з автором (у відгуках до блог-запису або у своїх блогах) [9].

Станом на 2015 р. в Інтернеті працювали 861 379 152 сайти й персональних блогів. Такі дані наводить веб-моніторингова компанія «Netcraft». Загальна кількість сайтів, що ввійшли в структуру глобального Інтернету, значно збільшилася: ще на початку 2013 р. кількість URL становила близько 630 млн, тоді як у 2014 р. вона перевищує 861 млн (+37 %). Щоправда, у 2011 р. приріст був ще більш вражаючим – майже 50 %. У другій половині 2013 р. одночасно з викриттями Е. Сноудена у

мережі простежено пік зростання популярності технології шифрування трафіку SSL – із мільйона найбільш відвідуваних у мережі ресурсів 48 % підтримують роботу з SSL, а 22 % перемикають на неї увагу користувачів за замовчуванням [10].

Професор Гарвардської школи права Л. Лессіг так описав сутність блогів і діяльність блогерів: «Є такі, хто використовує їх для того, щоб просто розповідати про своє приватне життя. Але багато людей зайняті тим, що читають публічні лекції, обговорюють питання суспільної важливості, критикують інших за помилкові погляди, критикують політиків за прийняті рішення, пропонують рішення очевидних для всіх проблем. Блоги створюють відчуття віртуального особливого віче, де ми необов'язково сподіваємося зібратися всі відразу, де розмови можуть бути й незв'язаними. Блоги є, можливо, найважливішою формою не режисованого громадського полілогу з усіх, які ми маємо» [11].

Л. Лессіг вважає, що сама архітектура блогу розв'язує одну з цих проблем. Люди роблять записи, коли їм того хочеться, і читають постінги, коли забажають. Найскладніше – це синхронізація. Технології, що забезпечують асинхронні повідомлення, такі як електронна пошта, розширюють можливості комунікації. Блоги забезпечують можливість організувати суспільні дискусії без потреби збирати публіку в одному місці [11].

Досвід «блогерних революцій» у Тунісі, Єгипті та Ємені переконливо свідчить про необхідність посиленої уваги з боку держави і її спеціальних служб до діяльності й розвитку громадських медіа. Водночас така увага не повинна порушувати права людини, зафіксовані в законодавстві, і має формуватися на засадах конструктивної співпраці органів державної влади з новими мережевими спільнотами.

Досить важлива платформа для сучасних інформаційних інтеракцій – соціальні мережі. За підрахунками компанії «Nielsen», 60–65 % трафіку на новинних сайтах – прямий трафік, а 35–40 % – переходить за посиланнями, зокрема за допомогою соціальних мереж. Отже, комунікація в соцмережах значною мірою побудована на інформаційному продукті, що пропонується традиційними.

Зазвичай, соціально мобілізаційна активність деструктивного характеру, а також протестні акції й проекти, що організуються із застосуванням інструментарію соціальних мереж (рухи, демонстрації, флеш-моби, перекриття трас тощо), є симптомами дефіциту зворотного зв'язку між такими мережевими спільнотами та владою (до якої – прямо чи опосередковано – адресовано більшість цих акцій). Це актуалізує для неї питання створення каналів «збросу» надлишків конфліктного потенціалу, налагодження конструктивної комунікації й своєчасного реагування на подібні суспільні запити.

Звернімо увагу, що соцмережі також дають змогу швидко реагувати, утворювати віртуальні спільноти, які потім діють реально, заздалегідь обговорити акцію, пропонуючи стратегію й тактику боротьби. Такий досвід потрібно врахувати органам влади, оскільки вони можуть мати позитивні результати в налагодженні діалогу між владою та громадськістю.

Громадські медіа користуються надзвичайно високим рівнем довіри з боку аудиторії. Цю особливість, що випливає з їхньої природи, активно використовують у бізнесі (соціалізація брендів), політиці й сфері державного управління (проведення різноманітних інформаційних кампаній із широким охопленням аудиторії, формування віртуальних спільнот, фокус-груп та роботі з ними, соціалізації он-лайнних представництв державних органів і політичних, громадсько-політичних сил тощо). На нашу думку, соціальні мережі й блогерство найефективніші серед громадських медіа.

Чисельність глобальної аудиторії громадських медіа продовжує інтенсивно збільшуватися та нараховує на сьогодні близько 60 % усіх користувачів Інтернету (орієнтовно 1,2–1,3 млрд осіб). Уже у 2009 р. й лише в межах громадської веб-платформи Ning (www.ning.com) кількість соціальних мереж досягла мільйона. Вони стали основним джерелом інформації, розваг, спілкування та ділової активності для більшості користувачів мережі Інтернет, але потенціал та роль соціальних медіа продовжують зростати.

Глобальний розвиток громадських медіа та мережеских спільнот все ще перебуває у фазі кількісного збільшення. Проте на сьогодні це зростання відбувається переважно за рахунок

«наздоганяючих» регіонів «другої хвилі», передусім країн Центрально-Східної Європи, а також (із певними застереженнями) Південної та Південно-Східної Азії, де прямо розповсюджуються або клонуються вже розроблені та апробовані в США чи Західній Європі технології, формати, бренди, маркетингові рішення тощо.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Отже, громадські медіа демонструють важливу зміну потреб (бажань) у сучасному інформатизованому суспільстві: дефіцит спілкування, уваги, криза соціальних статусів та інститутів, потреба прямого спілкування, персоніфікація новин, можливість швидких зв'язків в умовах обмеженого вільного часу. Коли ми говоримо про сучасні громадські медіа, то маємо на увазі соціальні мережі та їхні технологічні й комунікативні можливості. Соціальні мережі, крім вагомої кількості користувачів, котрі постійно користуються цією послугою, мають й інший важливий аспект – формують громадську думку.

Джерела та література

1. Нисневич Ю. А. Защита информации в инфокоммуникационных системах и сетях / Ю. А. Нисневич // ИнформКурьер-Связь. – 2003. – № 11. – С. 63–68.
2. Україна опинилася на 109 місці за кількістю інтернет-користувачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.racurs.ua/news/16150-ukrayina-opynylasya-na-109-misci-za-kilkistu-internet-korystuvachiv>.
3. Кожен другий житель Землі до 2017 буде інтернет-користувачем – прогноз [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://proit.if.ua/novyny/424-kozhen-druhyi-zhytel-zemli-do-2017-bude-internet-korystuvachem-prohnoz.html>
4. Михеев А. Интернет и демократия: как новые информационные технологии влияют на политический процесс [Электронный ресурс] / А. Михеев. – Режим доступа : http://www.i-u.ru/biblio/archive/miheev_internidemokr/
5. Денисенко В. Політична інтеракція в контексті комунікативної раціональності / В. Денисенко // Вісник Львівського університету. – Серія : Філософсько-політологічні студії, 2013. – Вип. 3. – С. 63–77.
6. Information Interaction [Electronic resource]. – Mode of access : [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RI\(uwsg.outt:!ingosuklpxyio9](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RI(uwsg.outt:!ingosuklpxyio9).
7. Петрова В. В. Интерактивные медиа и политический дискурс в Финляндии / В. В. Петрова // Вестник Московского университета. – № 1. – 2010. – С. 154–164.
8. Піпченко Н. О. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів : [монографія] / Н. О. Піпченко. – К. : Центр вільної преси, 2014. – 334 с.
9. Митко А. М. Інформаційна демократія: реалії та виклики часу : [монографія] / А. М. Митко. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 400 с.
10. За рік кількість сайтів та блогів у світі зросла на третину [Електронний ресурс] // Тиждень. – 5 січня. – 2014. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/News/98262>.
11. Лессиг Л. Свободная культура : [пер. с англ.] / Л. Лессиг. – М. : Прагматика культуры. 2007. – 272 с.

Митко Антонина. Коммуникативные возможности общественных медиа. В статье раскрывается, каким образом появление Интернета как источника массовой коммуникации вызвало рассмотрение вопроса общественных медиа и как академического исследования, и как популярного. Выяснена роль общественных медиа для построения информационного государства. Охарактеризованы такие виды общественных медиа, как меш-апы, подкасты, Wiki-технологии, которые больше применяют в процессах информатизации, а также социальные сети, блоги и микроблоги, которые трактуются как площадки для информационных взаимодействий. Используются основные общеизвестные группы методов: философские методы научного познания, общенаучные и специальные методы и подходы. В частности, применены анализ, синтез, дедуктивный метод, междисциплинарный, концептуальный подход. Комплексный подход помог выявить тенденции и закономерности информационной демократии, предвидеть последствия и возможное развитие политических событий с учетом особенностей информационной демократии.

Ключевые слова: информация, коммуникации, социальные сети, общественные медиа, информационная государственность.

Mytko Antonina. Communicative Media Opportunities. The article examines how the advent of the Internet as a source of mass communication caused a consideration of social media and how academic research, and as popular. The role of social media to build an information state. The characteristic species of the same social media as mash-ups,

podcasts, Wiki-over technology used in the processes of information, as well as social networks, blogs and microblogs that interpret information platform for interactions. Used main group known methods: philosophical methods of scientific knowledge, general and specific methods and approaches. In particular, applied analysis, synthesis, deductive method, multidisciplinary, conceptual approach. An integrated approach has helped to identify trends and patterns of information democracy, predict consequences and possible development of political events with the peculiarities of information democracy.

Key words: information, communication, social networking, social media, information state.

Стаття надійшла до редколегії 02.02.2016 р.

УДК 327

Олеся Фесик

Теоретико-методологічні підходи до трактування «м'якої» та «твердої» сил в іноземних наукових розвідках

Мета статті – з'ясувати теоретичні й методологічні підходи до трактування концепцій «м'якої» та «твердої» сил у працях зарубіжних учених і проаналізувати практичне застосування країнами-лідерами в зовнішньополітичній стратегії комплексу – «розумної сили». Ураховано постбіпорядний період, який розпочався після розпаду СРСР і триває до сьогодні. У науковій розвідці застосовано політичний аналіз, принцип системності та діалектичної взаємозумовленості й такі підходи, як історико-хронологічний, інституційний, системний і порівняльний. Аналіз використання сили держави в зовнішній політиці провідними гравцями в сучасній міжнародній системі продемонстрував: вирішальну роль для держави відіграє економічний потенціал, оскільки на його основі здійснюється вплив на інші країни та захист власних національних інтересів і безпеки. Провідні держави світу в зовнішній політиці керуються концепцією «розумної сили». Серед найбільших загроз – поширення практики використання тероризму, екстремістських та неформальних збройних угруповань і їх застосування задля досягнення цілей та впливу. У подальшому вважаємо актуальним дослідження змін у світ-системі, перспективу використання «м'якої» й «твердої» сил та вироблення алгоритму дій із метою впливу й протидії загрозам з урахуванням ресурсного забезпечення.

Ключові слова: м'яка сила, тверда сила, міжнародний конфлікт, держава, військовий потенціал, ЗМІ, публічна дипломатія, культура, імідж, зовнішня політика.

Постановка наукової проблеми та її значення. Початок ХХІ ст. ознаменувався збільшенням напруги у світ-системі та формуванням нової структури світової системи. Сполучені Штати Америки виявилися неспроможними втримати домінування на світовій арені після розпаду біполярної системи. Як наслідок, світова система впевнено трансформується до багатополосності. Розгортається боротьба різних блоків, держав між собою, збільшується кількість регіональних конфліктів, які дуже швидко набувають міжнародного характеру. Заходи міжнародних інституцій ООН, НАТО, ЄС, світових країн-лідерів, які покликані попереджати та врегульовувати міжнародні конфлікти, на практиці виявилися не досить ефективними. Позаблоковість і концепція «прихилизму» для молодих демократій, економічна та технологічна відсталість стали тими чинниками, які й зробили з них країни-мішені. До таких держав потрібно віднести також пострадянські Україну й Грузію, які одними з перших зазнали як збройної, так і інформаційної агресії від країни-сусіда – Росії. Ураховуючи вищезазначені факти, вважаємо тему **актуальною та перспективною.**

Мета статті – з'ясувати теоретичні й методологічні підходи до трактування концепцій «м'якої» та «твердої» сил у розвідках зарубіжних учених і проаналізувати практичне застосування країнами-лідерами в зовнішньополітичній стратегії концепції «розумної сили».