

1992. – 349 s.

11. Kushelevich E. I. Razvitiye i izmeneniye organizatsiy v paradigme zhiznenny'x tsiklov : avtoref. dis. ... kand. sociol. nauk : 22.00.08. – M., 1999. – 21 s.

12. Modil'yan F., Miller M. Skol'ko stoit firma?: Teorema MM / per. s angl. – [2-e izd.]. – M. : Delo, 2001. – 270 s.

13. Makintajr A. Posle dobrodeteli / per. s angl. V. V. Celishheva. – M. : Akad. proekt: Delovaya kniga, 2000. – 381 s.

14. Dyurkgejm E'. O razdelenii obshhestvennogo truda; Metod sociologii / per. s fr.; izd. podgot. A. B. Gofman; primech. V. V. Sapova. – M. : Nauka, 1991. – 572 s.

15. Veber M. Izbranny'e proizvedeniya / per. s nem.; sost., obshh. red. i poslesl. Yu. N. Davy'dova; predisl. P. P. Gajdenko; komment. A. F. Filippova. – M. : Progress, 1990. – 804 s.

16. Mill J.S. Principles of political economy: Vol. 2: with some of their applications to social philosophy: in 2 volumes; 7 edition. – Longmans, Green, Reader and Dyer, 1871. – 608 s.

17. Nort D. Ponimanie processa e'konomicheskix izmenenij / per. s angl. K. Marty'nova, N. E'del'mana. – M. : Vy'ssh. shk. e'konomiki, 2010. – 253 s.

18. Sly'chuk V. V. E'fektivnost' deyatelnosti organov gosudarstvennoj vlasti v kontekste social'no-politicheskix transformacij rossijskogo obshhestva : avtoref. dis. ... kand. sociol. nauk : 23.00.02. – Saratov, 2005. – 18 s.

19. Orlov A. I. Teorii prinyatiya reshenij [E'lektronny'j resurs]. – Rezhim dostupa : [http://www.aup.ru/books/m157/3\\_4\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m157/3_4_3.htm).

20. Puntteney P. J. Informing environmental policy making // Futures: The j. of forecasting, planning a. policy. – 1995. – Vol. 27. – № 6. – P. 675–680.

21. Hannan M., Freeman J. Organizational ecology. – Cambridge (Mass.); L. : Harvard univ. press, 1989. – 400 p.

22. Grazhdanskoe obshhestvo: usloviya formirovaniya, yachejki grazhdanskogo obshhestva, vliyanie na obshhestvennoe razvitiye, politicheskoe samosoznanie. – M. : Profizdat, 2008. – 95 s.

23. Stalij rozvitok ta ekologichna bezpeka suspil'stva: teoriya, metodologiya, praktika : monografiya / za nauk. red. d-ra ekon. nauk, prof. Xlobistova E. V. – Simferopol' : Arial, 2011. – T. 2: Metodichni zasady ta praktichniy dosvid realizatsii politiki stalogo rozvitku ta ekologichnoi bezpeki. – 339 s.

24. Danil'yan O. G., Dz'oban' O. P. Vzaemodiya organiv derzhavnoi vladi j miscevojo samovryaduvannya: metodologichni j upravlins'ki aspekti. // Gileya: naukovij visnik. Zbirnik naukovix prac' / gol. red. V. M. Vashkevich. – K. : VIR UAN, 2012. – Vip. 59 (№ 4). – S. 384–389.

25. Dzyundzyuk V. B. Metodologichni zasady ocinki ta pidvishhennya efektnosti diyal'nosti organiv vladi yak publichnix organizacij : avtoref. dis. ... d-ra nauk z derzh. upravlinnya : 25.00.02. – Donec'k, 2006. – 35 s.

26. Didenko N. G. Upravlinnya, vlada, derzhava: filosof's'ki aspekti vzaemodii. – Donec'k : DonDUU, 2005. – 128 s.

27. Atamanchuk G. V. Obespechenie racional'nosti gosudarstvennogo upravleniya. – M. : Yuridicheskaya literatura, 1990. – 351 s.

28. Rejni X. Dzh. Analiz i upravlenie v gosudarstvenny'x organizatsiyax. – M., 2002. – 340 s.

29. Nadruga V. I. Vzaemodiya vladnix struktur, politichnix i gromads'kix organizacij yak zasib pidvishhennya efektnosti upravlinnya na regional'nomu rivni : avtoref. dis. ... kand. nauk z derzh. upr. : 25.00.02. – K., 2003. – 20 s.

30. Pavlov D. M. Organizacijno-pravovi zasady zabezpechennya efektnosti funkcionuvannya sistem organiv vikonavchoi vladi (derzhavnogo upravlinnya) : avtoref. dis. ... kand. jurid. nauk : 12.00.07. – K., 2004. – 20 s.

31. Mil'ner B. Z. Teoriya organizatsii. – Izd. 8-e, pererab. i dop. – M. : INFRA-M, 2012. – 807 s.

32. Ridley C., Simon H. Measuring Municipal Activities. – Chicago : ISMA, 1938. – 230 p.

**Dzeban A. P.**, professor of department of philosophy of Yaroslav the Wise National law University, doctor of philosophy, professor (Ukraine, Kharkiv), [a\\_dzeban@ukr.net](mailto:a_dzeban@ukr.net)

#### Activity of public authorities: to problem of efficiency

The aim of philosophical comprehension of conceptual bases of problem of efficiency of activity of public, that is examined as a socio-economic and political category, exposing intercommunications of results of activity of government bodies, authorities is put, expressed by techno-economic descriptions and social result. It is well-proven that efficiency activity of public authorities is determined not only in size economic effect but also, foremost, by the socio-political results of this activity. The necessity of scientific development of criteria of efficiency of activity of public and reliable system of scientifically reasonable their evaluation authorities is grounded.

**Keywords:** state power, efficiency, activity, management.

**Дзебан А. П.**, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, Национальный юридический университет им. Ярослава Мудрого (Украина, Харьков), [a\\_dzeban@ukr.net](mailto:a_dzeban@ukr.net)

#### Деятельность органов государственной власти: проблема эффективности

Ставится цель философского осмысления концептуальных основ проблемы эффективности деятельности органов государственной власти, которая рассматривается как социально-экономическая и политическая категория, раскрывающая взаимосвязи результатов деятельности органов власти, выраженных технико-экономическими характеристиками и социальным результатом. Доказано, что эффективность деятельности органов государственной власти определяется не только величиной экономического эффекта, но и, прежде всего, социально-политическими результатами этой деятельности. Обосновывается необходимость научной разработки критериев эффективности деятельности органов государственной власти и надежной системы научно обоснованного их оценивания.

**Ключевые слова:** государственная власть, эффективность, деятельность, управление.

\* \* \*

УДК 329.12

**Макаренко Л. П.**, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри суспільних і політичних наук, Київський університет управління і підприємництва (Україна, Київ), [Liliya876@mail.ru](mailto:Liliya876@mail.ru)

#### САЙТИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВЕДЕННЯ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Досліджується роль сайтів соціальних мереж як інструменту ведення сучасних інформаційних війн. Зміни в політичній та геополітичній сферах змушують науковців звернути увагу на нові засоби впливу на масові настрої. З розвитком сучасної мережі Інтернет з'явилися нові можливості донесення повідомлень та впливу на світове співтовариство. Загальна тенденція до глобалізації робить неможливою інформаційну ізоляцію певної країни чи групи країн. Спілкування на базі сайтів соціальних мереж дає можливість обміну думками та настроями з залученням до цього процесу всього світу та всіх країн. Ми маємо на меті звернути увагу на нові засоби інформаційного впливу, котрі являють собою все більшу конкуренцію класичним ЗМІ. Відтак цензура стає все менш можливою. Інформаційні війни розгортаються в площині висвітлення повідомлення з різних боків та в різному світлі. Факт, подія стає неможливим приховати в сучасному світі від широких мас, як це було останні десятиліття.

**Ключові слова:** інформаційна війна, засоби масової інформації, інформаційне суспільство, повідомлення, сайти соціальних мереж, Інтернет, глобалізація.

Сучасний світ досяг того рівня цивілізаційного розвитку, котрий забезпечує перебіг інформації в єдиному глобальному інформаційному просторі. Розвиток надсучасного інструментарію інформаційного впливу на маси не зменшує обертів, а навпаки розгортається, що призводить до перетворення інформаційного повідомлення як одиначі комунікацій на інструмент ведення інформаційної війни.

Зважаючи на роль інформації у сучасному світі, американський дослідник М. Маклюен виводить цікаву тезу, яка звучить так: “Істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації”.

Більшість дослідників сходяться в думці, що мета інформаційної війни – послабити моральні і матеріальні сили супротивника або конкурента та посилити власні. Вона передбачає заходи пропагандистського впливу на свідомість людини в ідеологічній та емоційній сферах. Очевидно, що інформаційна війна – складова частина ідеологічної боротьби. Такі війни не призводять безпосередньо до кровопролиття, руйнувань, при їх веденні немає жертв, ніхто не позбавляється їжі, даху над головою. Це породжує небезпечну легковажність у

ставленні до них. Тим часом, руйнування, яких завдають інформаційні війни у суспільній психології, психології особи, за масштабами і за значенням цілком співмірні, а часом і перевищують наслідки збройних війн.

Під різним кутом зору проблему інформаційної війни досліджує багато вітчизняних вчених: М. Головатий, І. Горбенко, Т. Грінченко, С. Кара–Мурзи, О. Литвиненко, Г. Почепцов, М. Сенченко, Г. Щокін, С. Чукут.

Мета даної роботи звернути увагу на ті особливості інформаційної війни, які спричинені зростанням популярності такого способу спілкування як соціальні мережі.

У книзі Д. М. Прокоф'єва “Інформаційна війна і інформаційна злочинність” визначається: “Інформаційна війна – це дії, здійснювані для досягнення інформаційної переваги шляхом завдання шкоди інформації, процесам, що базуються на інформації і інформаційних системах супротивника при одночасному захисті власної інформації”. Основні методи інформаційної війни – це блокування або спотворення інформаційних потоків та процесів, що супроводжують процес прийняття рішень супротивником [6].

Інформаційна війна розглядає інформацію як окремий об'єкт або як потенційну зброю та вигідну ціль. Інформаційну війну можна розглядати як якісно новий вид бойових дій, активну протидію у інформаційному просторі [4]. Інформаційна війна – це атака інформаційної спрямованості, незалежно від засобів, які застосовуються. У веденні стратегічних інформаційних війн застосовується специфічна зброя. Ця зброя не наносить фізичної шкоди, але може призвести до війни справжньої. Інформаційна зброя – сукупність спеціалізованих (фізичних, інформаційних, програмних, радіоелектронних) методів і засобів тимчасового або безповоротного виводу з ладу функцій, або служб інформаційної інфраструктури в цілому, або окремих її елементів.

Провідниками інформаційних повідомлень є канали комунікації та носії інформації. Вибір засобів поширення інформаційних повідомлень визначається кількістю контактів цільової аудиторії. Одним із основних каналів комунікації є ЗМІ. Останнім часом підвищена увага приділяється електронній комунікації, що забезпечує доступ до віртуальної аудиторії [1, с. 129].

Відтак, прагнучи поширити будь-яке політично важливе повідомлення серед широких мас, останнім часом використовують саме електронний канал інформування, що охоплює ширший пласт цільової аудиторії. З розвитком віртуальних мережевих інформаційних технологій почався новий виток розвитку інформаційних війн, що мають місце в усьому світі.

Інформаційна цивілізація, до якої прийшло людство, змінює не просто статус інформації, але й різко розширює її негативні можливості. Перед нами постає сильнотісний засіб, для якого немає кордонів та обмежень [5, с. 8].

В минулому держави існували, поглинаючи ту інформацію, яку самостійно виробляли, тому вона не могла їм спричинити принципово деструктивний ефект. Сучасні інформаційні технології привнесли абсолютно інші повідомлення, до яких масова свідомість не змогла ще адаптуватись [5, с. 57].

Інформаційна війна являє собою всеохоплюючу, цілісну стратегію, що покликана віддати належне вагомості та цінності інформації у питаннях командування, керування та виконання наказів збройними силами та реалізації національної політики. Інформаційна війна спрямована на всі можливості та фактори вразливості, що виникають при зростаючій залежності від інформації, а також на використання інформації у можливих конфліктах. В технічному плані інформаційна війна вже почалась. Створений, в якості потенційного плацдарму, Інтернет дає для цього всі можливості [5, с. 59].

Для розуміння природи інформаційної війни слід визначити особливості самого інформаційного суспільства, як безпосереднього середовища розгортання інформаційного протистояння.

Характерними рисами і ознаками інформаційного суспільства є:

- формування єдиного інформаційно–комунікаційного простору країни, як частини світового інформаційного простору;

- створення і розвиток ринку інформації і знань як факторів виробництва на додаток до ринків природних ресурсів, праці і капіталу, перехід інформаційних ресурсів суспільства в реальні ресурси соціально–економічного розвитку, фактичне задоволення потреб суспільства в інформаційних продуктах і послугах;

- зростання ролі інформаційно–комунікаційної інфраструктури в системі суспільного виробництва;

- підвищення рівня освіти, науково–технічного і культурного розвитку за рахунок розширення можливостей систем інформаційного обміну на міжнародному, національному і регіональному рівнях і, відповідно, підвищення ролі кваліфікації, професіоналізму і здібностей до творчості як найважливіших характеристик послуг праці;

- створення ефективної системи забезпечення прав громадян і соціальних інститутів на вільне одержання, поширення і використання інформації як найважливішої умови демократичного розвитку [3].

Останні зміни в сучасному світі вказують на те, що суспільство сприймає інформацію як основну цінність, воно повсякчас збільшує кількість її споживання. Якщо виникає високий попит на споживання новин – виникає пропозиція, відтак і високий рівень їх продукування. Інформація визнається найефективнішим та найціннішим ресурсом.

Інформація, що носить терміновий чи соціально важливий характер поширюється за допомогою радіо–та телезвернень, прямого інформування населення, друкованих публікацій та електронних повідомлень. Метою поширення інформації завжди є певне корегування поведінки населення країни, соціальних верств, груп, національних меншин та окремого громадянина як одиниці соціуму.

На тлі наростання популярності та вагомості засобів масової інформації формуються концепції ЗМІ як четвертої ланки влади, ідеї якої розвивали У. Ростроу, Е. Багерстрам, Ж. Мерме, Д. Белл [2]. Цікаво зазначити, що засоби масової інформації від початку створювались зважаючи на потребу впливати на якомога більшу кількість населення. ЗМІ набули швидкого розвитку та

вдосконалення через зростаючу потребу впливати та маніпулювати масовими настроями.

Тенденція світової глобалізації на певному етапі спричинила необхідність впливати не лише на внутрішні настрої певної країни, а й на глобальне світове суспільство.

Відтак ЗМІ до певного часу боролись за залучення більшої кількості реципієнтів повідомлень, що продукуються на внутрішніх ринках. Газети, телебачення, радіомовлення обмежувались певним географічним та політичним простором свого впливу. Переламним етапом у становленні ЗМІ в якості інструменту масового впливу було створення Інтернет простору, котрий за сферою свого впливу охопив весь світ.

Інтернет простір сегментувався за ознакою мовного розподілу, що ми можемо спостерігати на прикладі феномену “Рунету”, що означає російськомовний сегмент мережі Інтернет. Характерною ознакою певного сегменту Інтернет простору є внутрішня ізоляція інформаційних джерел. До певного етапу розвитку Інтернету не відзначалось чіткої мережі спілкування за допомогою віртуального простору окрім використання пошти e-mail.

Інформаційний вплив на маси здебільшого дублював інформаційні продукти, що продукували класичні ЗМІ. Відтак інформаційні війни не набули абсолютної унікального і нового інструменту впливу на маси аж допоки не відбувся ще один технологічний переворот – створення унікальних віртуальних платформ соціальних мереж.

Задля глибшого розуміння масових комунікативних процесів та їх маніпулятивного потенціалу можна звернутися до мережевої теорії, що активно застосовувалась для аналізу політичних інститутів і процесів у другій половині ХХ ст. Мережеві комунікативні процеси як спосіб глобальної взаємодії конкретних індивідів із спільнотою ще в 40–50-х роках ХХ століття досліджувалися американськими фахівцями – соціологом М. Грановеттера [12, с. 1360–1380], математиком Л. Фриманом [13, с. 215–239] та іншими. Слід зазначити цікаву особливість, що соціальні медіа розглядалися як ефективний механізм мобілізації та консолідації, ще до появи та розповсюдження соціальних медіа серед широкого загалу, і тим паче до виникнення концепції соціальних мереж в Інтернет просторі.

Особливим та унікальним феноменом сучасного світу є винайдення концепції інформаційного інструменту, який зміг би об’єднати під собою світову спільноту, а не суспільство окремо взятої країни, чи певного союзу країн. Мова йде про соціальні мережі Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Вконтакте та інші. Принцип їх роботи оснований на доступі до Інтернету, котрий в наш час вже перестав бути розкішшю, а став невід’ємною частиною повноцінного функціонування всього світу в усіх сферах: державній, політичній, фінансово-економічній, ринковій взаємодії, науково-освітній, туристичній та розважальній.

На початковому етапі виникнення соціальних мереж науковці почали бити на сполох щодо прогнозованої проблеми соціальної ізоляції індивідів від спілкування в реальному житті, щодо проблеми підміни реального світу на віртуальну реальність. Ці проблеми розкрива-

ються в роботах О. М. Шахмартова, І. В. Недошвіна, О. О. Шайкіна [8; 7], в книзі Шеррі Теркл “Одинокі разом”.

Однак останні закордонні дослідження свідчать не про негативні наслідки соціальної ізоляції, а навпаки про гуртування світової спільноти загалом та соціальних груп зокрема в спільному інформаційному просторі.

Дослідницькі групи The Pew Research Center’s Internet та American Life Project вирішили дослідити роль соціальних мереж у загальних соціальних зв’язках людей, а також те, як використання цих технологій впливає на довіру і заручення підтримкою в соціальній та політичній сферах.

За даними дослідження у 2008 році лише 18% Інтернет користувачів сайтів соціальних мереж були старше 35 років. До 2010 року Інтернет користувачів сайтів соціальних мереж віком старше 35 вже налічували 48%. Слід відзначити зростання кількості користувачів віком 18–35 років вдвоє. Станом на 2010 рік активні користувачі сайтів соціальних мереж налічували вже 80% порівняно із 63% станом на 2008 рік. Серед іншого, це означає, що середній вік дорослих користувачів сайтів соціальних мереж змістився з 33-річного в 2008 році до 38-річного в 2010 році. Більше половини всіх дорослих користувачів сайтів соціальних мереж в даний час старше 35-річного віку [15, с. 7].

Дослідники показують стрімке збільшення користувачів сайтів соціальних мереж, взявши за основу такий приріст та подальше збільшення не лише вікове, а й географічне. З цих показників впливає висновок, що сайти соціальних мереж являються одним із основних інструментів впливу на світовий соціум, в силу всеохоплюючого залучення соціально активного прошарку населення.

Аналіз найбільш популярних сайтів соціальних мереж надає наступні результати: відзначається висока варіативність у віці, статі, національній приналежності та рівні освіти серед тих, хто використовує різні платформи соціальних мереж.

– Майже в два рази більше чоловіків (63%), ніж жінок (37%) використовують LinkedIn. Всі інші платформи сайтів соціальних мереж мають значно більше жінок користувачів, ніж чоловіків-користувачів.

– Середній дорослий користувач MySpace молодший за 32 роки, середній дорослий користувач LinkedIn старший за 40 років, середній дорослий користувач Facebook має 38 років, користувач Twitter 33-річний вік, і користувачі інших сайтів соціальних мереж мають приблизно 35 років.

– Користувачі MySpace і Twitter найбільш варіюються за географічною та національною (расовою) ознакою. Тим не менш, велика частина користувачів інших соціальних мережевих сервісів становлять національні меншини.

– Користувачі MySpace, як правило мають нижчий рівень освіти і порівнянні із користувачами соціальної платформи LinkedIn. Згідно досліджень середній дорослий користувач LinkedIn має як мінімум один диплом про вищу освіту [15, с. 10].

Активність світового соціуму в соціальних мережах свідчить про тенденцію світової глобалізації, знищення

кордонів інформаційної ізоляції та надання інструменту “свободи слова” кожному, хто бажає висловити свою думку. Крім того, доступ до всесвітньої мережі Інтернет сам по собі є невід’ємним правом людини згідно резолюції ООН, що може свідчити лише про те, що Інтернет сприяє реалізації права на доступ до інформації, висловлювання своєї громадянської позиції, право на мирні зібрання, освіту тощо [14].

Висловлена громадянська позиція в свою чергу потенційно здатна набути широкого розголосу в силу унікальних функцій соціальних мереж, що дозволяють висловлювати свої настрої: симпатію та антипатію, ділитись коментарями. Саме такий інструмент висловлення думки кожної людини, котра може бути поширена та почута світовою спільнотою і є головним засобом ведення сучасних інформаційних війн, які вийшли за межі однієї країни і набули глобального масштабу.

Підтвердженням того, що саме платформи соціальних мереж стали основним інструментом ведення інформаційної війни в сучасному політичному просторі є приклад Арабської весни, який аналізує в своїй дисертаційній роботі А. Р. Шишкіна.

У 2011 р. Арабський світ зіткнувся з низкою соціально-політичних потрясінь. Ці події, що отримали назву “Арабської весни”, мали істотний вплив як на регіональні перспективи розвитку тих чи інших країн, так і на світові геополітичні тенденції. У ході численних антиурядових виступів були вироблені певні механізми протестної активності, в яких одну з ключових ролей зіграли інформаційні технології і, зокрема, соціальні медіа [9].

Акти самоспалення, що мали місце в Тунісі, Єгипті, Ємені та інших країнах, охоплених віяннями Арабської весни (наприклад, 17 січня 2011 р. власник невеликого ресторану Абдель Мунім Камаль спалив себе перед будівлею Народної Асамблеї в Каїрі), спровокували і блогерську активність. В соціальних мережах інших країн стали з’являтися спеціальні сторінки та групи із закликами помститися за своїх співвітчизників, доведених до відчаю тиранічними режимами з наскрізь просоченими корупцією державними структурами. Негайно призначалися дати проведення наступних акцій протесту, вибиралася відповідна символіка, а також формувалися образи лідерів протестних рухів. Крім того, відбувався обмін досвідом з молодими активістами з інших країн [9, с. 20].

На цьому прикладі ми бачимо як подія набуває розголосу та політизується за допомогою віртуальних соціальних мереж. Науковці приділяють увагу дослідженням взаємозв’язку мережевої взаємодії і політичної активності. Американський соціолог М. Кастельс в своїй мережевій теорії наголошує на тому, що спілкування через платформи соціальних мереж сприяють анонімності [11, с. 127]. І саме фактор анонімності сприяє висловленню будь-якої думки, адже навіть крайні радикальні заклики навряд чи зможуть бути покараніми.

Інтегрування Інтернету в політичну сферу за допомогою соціальних мереж зробило можливим каталізувати громадську думку і проводити досить ефективні політичні масові акції. Прикладом стала кардинальна зміна політичної ситуації в деяких державах.

Протестна модель, вироблена в ході подій 2011–2012 рр. в країнах Близького Сходу та Північної Африки стала зразком для протестуючих в багатьох регіонах світу.

Головним фактором високої популярності соціальних мереж як джерела новин є їх безкоштовність. Саме ця причина сприяла залученню до цього інструменту впливу практично всіх верств населення.

В революціях Арабської весни важливу роль відіграло виникнення мобільних версій соціальних мереж. Саме завдяки сучасним технологічним пристроям – мобільним телефонам, із можливістю виходу в Інтернет є можливим отримувати останню інформацію швидше та доступніше. Відтак, згідно досліджень, суспільство користується мобільними телефонами частіше, ніж персональними комп’ютерами [10, с. 3–4].

Таким чином, епоха локальних TV, радіо і газет, що знаходяться у прямому підпорядкуванні певної держави та використовуються для вибудовування національної політики, а також період монополії ЗМІ на поширення новин залишилися в минулому. Це довели останні світові революції.

Більше того достовірність та неупередженість інформації стала одним із головних конфліктних чинників в полі протистояння традиційних ЗМІ та нових.

З усього вище викладеного можна зробити висновки, що при проведенні війни найбільш ефективною є та зброя, котра має можливість найбільшого масового ураження. Саме такою сучасною зброєю масового ураження в сучасному світі є засоби масової інформації, і зокрема нові віртуальні інструменти інформаційного впливу на маси – сайти соціальних мереж. Їх ефективність полягає в можливості поширення повідомлення, отримання відповіді та моніторингу настроїв цільової аудиторії.

Останні світові революції показали високий рівень ефективності впливу на маси саме за допомогою нових віртуальних засобів масової інформації, котрі становлять серйозну конкуренцію традиційним ЗМІ.

Сучасне суспільство перебуває на стадії розвитку інформаційної цивілізації і тому інформація буде вищою цінністю в суспільстві, аж поки людство не перейде на новий щабель свого розвитку. Відтак головна боротьба за сфери впливу на маси буде розгортатись саме в площині засобів масової інформації. Сучасний світ перейшов на той етап розвитку, коли основною формою війни стають інформаційні війни. І слід зазначити, що інформаційна світова війна вже розпочата і кожен із нас вже долучився до неї і навіть озброївся. Адже головним засобом нападу та захисту в інформаційній війні є слово та доступ до сучасної мережі Інтернет.

#### Список використаних джерел

1. Абанкіна Т. В. Музей будущего: информационный менеджмент. Составитель А. В. Лебедев. Научные редакторы А. В. Лебедев, Е. Л. Иванова, Е. А. Лебедева. – М., 2001 // Раздел III. Информационный маркетинг // Теория и технологии. Влияние информационных технологий на некоммерческий маркетинг.
2. Кондрашина Мария Николаевна: СМИ как агент публичной политики (Теоретический аспект) // Вестн. Том. гос. ун-та. – Вып. № 338/2010 // Изд-во: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования “Национальный исследовательский Томский государст-

венный университет”.

3. Кудрявцева С. П., Колос В. В. Навчальний посібник. – К. : Видавничий Дім “Слово”, 2005. – 400 с. // 10. 1. Становлення і розвиток інформаційного суспільства. – Режим доступу : <http://buklib.net/books/27579/>

4. Леонтьева Л. Інформаційна війна в епоху глобалізації. – Режим доступу : <http://www.ji-magazine.lviv.ua/seminary/2000/sem13-04.htm>

5. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М. : Рефл-бук, / Почепцов Г. Г. – К. : Ваклер, 2000. – 576 с.

6. Прокофьев Д. М. Информационная война та інформаційна злочинність. – Режим доступу : <http://www.crime-research.iatp.org.ua/library/Prokop.htm>

7. Шайкина Е. А. Социальные сети в жизни современной студенческой молодежи // Духовность личности: методология, теория и практика : зб. наук.праць. – Луганськ, 2011. – Вип. 3 (44). – Режим доступу : <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/2745>

8. Шахмартова О. М., Недошивина И. В. Исследование мотивов использования социальных сетей младшими школьниками // Журнал: Известия Пензенского Государственного Педагогического Университета им. В. Г. Беллинского. – Вип. № 28/2012. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-motivov-ispolzovaniya-sotsialnyh-setey-mladshimi-shkolnikami#ixzz2wVRf8W2Y>

9. Шишкина Алиса Романовна Социальные медиа как форма политической активности (на материале событий “Арабской весны”) / Магистерская диссертация: Российский государственный гуманитарный университет. – Москва, 2013.

10. Arab Media in the Information Age. Abu Dhabi: The Emirates Center for Strategic Studies and Research, 2006. – P. 3–4.

11. Castells, Manuel. The Rise of the Network Society. – Oxford : Blackwells, 1996. – P. 388.

12. Granovetter M. The Strength of Weak Ties. – American Journal of Sociology 78, 1973. – P. 1360–1380. – URL: <http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf>

13. Freeman L. C. Centrality in social networks conceptual clarification. – Social Networks, 1, 1979. – P. 215–239.

14. Internet should remain as open as possible – UN expert on freedom of expression. UN Office of the High Commissioner for Human Rights. Geneva, 03.06.2011.

15. Pew Research Center’s Internet & American Life Project 1615 L St., NW – Suite 700 Washington, D.C. 20036 202–419–4500 [pewinternet.org](http://pewinternet.org)

## References

1. Abankina T. V. Muzej budushhego: informacionnyj mednedzhment. Sostavitel’ A. V. Lebedev. Nauchnye redaktory A. V. Lebedev, E. L. Ivanova, E. A. Lebedeva. – M., 2001 // Razdel III. Informacionnyj marketing // Teoriya i tehnologii. Vliyanie informacionnyh tehnologij na nekommercheskij marketing.

2. Kondrashina Marija Nikolaevna: SMI kak agent publichnoj politiki (Teoreticheskij aspekt) // Vestn. Tom. gos. un-ta. – Vyp. № 338/2010 // Izd-vo: Federal’noe gosudarstvennoe bjudzhetnoe obrazovatel’noe uchrezhdenie vysshego professional’nogo obrazovaniya “Nacional’nyj issledovatel’skij Tomskij gosudarstvennyj universitet”.

3. Kudrjavceva S. P., Kolos V. V. Navchal’nyj posibnyk. – K. : Vydavnychyj Dim “Slovo”, 2005. – 400 s. // 10. 1. Stanovlennja i rozvytok informacijnogo suspil’stva. – Rezhym dostupu : <http://buklib.net/books/27579/>

4. Leont’jeva L. Informacijna vijna v epohu globalizacii?. – Rezhym dostupu : <http://www.ji-magazine.lviv.ua/seminary/2000/sem13-04.htm>

5. Pohepcov G. G. Informacionnye vojny. – M. : Refl-buk, / Pohepcov G. G. – K. : Vakler, 2000. – 576 s.

6. Prokof’jev D. M. Informacijna vijna ta informacijna zločynnist’. – Rezhym dostupu : <http://www.crime-research.iatp.org.ua/library/Prokop.htm>

7. Shajkina E. A. Social’nye seti v zhizni sovremennoj studencheskoj molodezhi // Duhovnist’ osobystosti: metodologija, teorija i praktyka : zb. nauk. prac’. – Lugans’k, 2011. – Vyp. 3 (44). – Rezhym dostupu : <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/2745>

8. Shahmartova O. M., Nedoshivina I. V. Issledovanie motivov ispol’zovaniya social’nyh setej mladshimi shkol’nikami // Zhurnal: Izvestija Penzenskogo Gosudarstvennogo Pedagogicheskogo Universiteta im. V. G. Belinskogo. – Vyp. № 28/2012. – Rezhim dostupu :

<http://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-motivov-ispolzovaniya-sotsialnyh-setey-mladshimi-shkolnikami#ixzz2wVRf8W2Y>

9. Shishkina Alisa Romanovna Social’nye media kak forma politicheskoy aktivnosti (na materi ale sobytij “Arabskoj vesny”) / Magisterskaja dissertacija: Rossijskij gosudarstvennyj gumanitarnyj universitet. – Moskva, 2013.

10. Arab Media in the Information Age. Abu Dhabi: The Emirates Center for Strategic Studies and Research, 2006. – P. 3–4.

11. Castells, Manuel. The Rise of the Network Society. – Oxford : Blackwells, 1996. – P. 388.

12. Granovetter M. The Strength of Weak Ties. – American Journal of Sociology 78, 1973. – P. 1360–1380. – URL: <http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf>

13. Freeman L. C. Centrality in social networks conceptual clarification. – Social Networks, 1, 1979. – P. 215–239.

14. Internet should remain as open as possible – UN expert on freedom of expression. UN Office of the High Commissioner for Human Rights. Geneva, 03.06.2011.

15. Pew Research Center’s Internet & American Life Project 1615 L St., NW – Suite 700 Washington, D.C. 20036 202–419–4500 [pewinternet.org](http://pewinternet.org)

**Makarenko L. P.**, PhD. Political Sciences, Associate Professor of Social and Political Sciences, Kyiv University of Management and Entrepreneurship (Ukraine, Kiev), [Liliya876@mail.ru](mailto:Liliya876@mail.ru)

## Social networking sites as a tool for modern informational war

*This article examines the role of social networking sites as a tool for modern information war. Changes in political and geopolitical spheres forced scientists to draw attention to new ways of influencing the mass mood. With the development of the modern Internet appears new opportunities of delivering messages and the impact on global society. The general trend towards globalization makes impossible the information isolation of a particular country or union of countries. Communication based on social networking sites provides an opportunity to exchange views and moods involving to the process the whole world and all countries. Our aim is to draw attention to the impact of new information tools that stands as a real contestant to the classic media. Thus, censorship is becoming less possible. Information war unfolding in the plane of the illumination subject from different sides and in different light. It appears, that event is not possible to hide from the masses in the modern world, as it was during the last long time.*

**Keywords:** information war, media, information society, post, social networking sites, the Internet, globalization.

**Макаренко Л. П.**, кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры общественных и политических наук, Киевский университет управления и предпринимательства (Украина, Киев), [Liliya876@mail.ru](mailto:Liliya876@mail.ru)

## Сайты социальных сетей как инструмент ведения современной информационной войны

*Последуется роль сайтов социальных сетей как инструмента ведения современных информационных войн. Изменения в политической и геополитической сферах заставляют ученых обратить внимание на новые средства воздействия на массовые настроения. С развитием современной сети Интернет появились новые возможности донесения сообщений и влияния на мировое сообщество. Общая тенденция к глобализации делает невозможной информационную изоляцию определенной страны или группы стран. Общение на базе сайтов социальных сетей дает возможность обмена мнениями и настроениями, привлекая к этому весь мир и все страны. Мы хотим обратить внимание на новые средства информационного воздействия, которые являют собой все большую конкуренцию классическим СМИ. Следовательно, цензура становится все менее возможной. Информационные войны разворачиваются в плоскости освещения сообщения с разных сторон и в разном свете. В современном мире становится невозможным скрыть факт происшествия от широких масс, как это было последние десятилетия.*

**Ключевые слова:** информационная война, средства массовой информации, информационное общество, сообщение, сайты социальных сетей, Интернет, глобализация.

\* \* \*