

ГОСУДАРСТВЕННОЕ НАУЧНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ИНСТИТУТ ФИЛОСОФИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ АКАДЕМИИ НАУК»
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ЯНКИ КУПАЛЫ»

СУВЕРЕНИТЕТ – БЕЗОПАСНОСТЬ – ИНТЕГРАЦИЯ
КАК КОНСТАНТЫ УСТОЙЧИВОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ:
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ
И НАЦИОНАЛЬНЫЕ РЕАЛИИ БЕЛОРУССКАЯ ПОЛИТОЛОГИЯ:
МНОГООБРАЗИЕ В ЕДИНСТВЕ

Материалы XI международной научно-практической конференции (Гродно,
14–15 мая 2020 г.)

В 2 частях

Часть 1

Гродно ГрГУ им. Я. Купалы

2020

УДК 321.01

ББК 66.4(0) С89

Редакционная коллегия:

В. Н. Ватыль, доктор политических наук, профессор (гл. ред.); А. А. Лазаревич, кандидат философских наук, доцент (гл. ред.); М. Б. Завадский, научный сотрудник; Н. В. Ватыль, кандидат политических наук, доцент; В. Н. Линкевич, кандидат исторических наук, доцент; О. В. Лапа, кандидат политических наук, доцент; Л. И. Цыганкова, кандидат философских наук, доцент; А. Б. Арлукевич, преподаватель; Е. Н. Копылова, секретарь кафедры

Суверенитет – безопасность – интеграция как константы устойчивого государственного развития: международный опыт и национальные реалии. Белорусская политология: многообразие в единстве : материалы IX междунар. науч.-практ. конф. (Гродно, 14–15 мая 2020 г.). В 2 ч. Ч. 1 / Ин-т филос. Нац. акад. наук Беларуси, ГрГУ им. Янки Купалы ; редкол.: В. Н. Ватыль (гл. ред.), А. А. Лазаревич (гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2020. – 249 с.

ISBN 978-985-582-343-9 (ч. 1)

ISBN 978-985-582-342-2

Отражены основные направления развития отечественной политологии в её органическом сочетании с мировой; значительное место уделено анализу перспектив политического знания и политологии в Республике Беларусь. Адресовано преподавателям социально-гуманитарных дисциплин, представителям практической политики, студентам, аспирантам.

УДК 321.01

ББК 66.4(0) ©

Государственное научное учреждение «Институт философии Национальной академии наук Беларуси», 2020 © Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», 2020

ISBN 978-985-582-343-9 (ч. 1)

ISBN 978-985-582-342-2 С89 3

В. О. Калишук

(Белорусский государственный университет, г. Минск, gristar@mail.ru)

ВИДЫ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, ЗАДЕЙСТВОВАННЫЕ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

В последнее время влияние социальных медиа на все сферы жизни общества значительно возросло. Они включились в повседневную деятельность личности и даже государственных органов, используются в качестве площадки проведения предвыборных кампаний и информационного противостояния. Современный человек проводит в социальных медиа огромное количество времени и черпает из них значительную часть знаний об окружающей его действительности (например, по данным Globa digital report за 170 Суверенитет – безопасность – интеграция как константы устойчивого государственного развития 2019 г., количество пользователей социальных сетей в Беларуси составляет 3,14 миллиона человек, житель республики в среднем проводит 10 минут 28 секунд в день на сервисе Vkontakte, 8 минут 18 секунд в день – на YouTube, 7 минут 15 секунд – на Tut.by, 9 минут 52 секунды – на Onliner.by, 4 минуты 16 секунд – на Wikipedia.org) [2]. Все вышперечисленное актуализирует важность социальных медиа для политического процесса и его субъектов, так как информационные потоки являются определяющими для характера и формы его течения. Ряд западных политологов и специалистов в области коммуникации утверждает, что деятельность в рамках социальных медиа является ключевой в политике в целом. Данный тезис хорошо иллюстрирует активное использование в предвыборной кампании Президента США Дональда Трампа социальных медиа, которые сыграли ключевую роль в его победе [3, с. 7]. Более того, в социальных медиа представлено большое число как зарубежных, так и отечественных государственных органов разного уровня. В рамках изучения социальных медиа отдельно стоит вопрос систематизации, так как на сегодняшний день существует огромное количество их видов. Помимо этого, число платформ продолжает расти. Уровень охвата аудитории, степень влияния и потенциал использования социальных медиа рознятся от площадки к площадке. Для представителей политической науки и субъектов политики данная проблема особенно актуальна, т. к. не все виды социальных медиа могут быть задействованы в политическом процессе. В научной литературе проблема выделения видов социальных медиа исследована незначительно: ученые акцентируют внимание на подробном изучении нескольких наиболее популярных ресурсов

(Twitter, Facebook, YouTube, Instagram и т. д.), не производя регулярных попыток создать классификацию или выделить четкие критерии видового разграничения социальных медиа в целом. В связи с этим в рамках данной работы имеет смысл выделить наиболее общие виды социальных медиа в целом, а затем адаптировать в контексте политики, отсеив те группы платформ, которые не задействованы или потенциально не могут быть задействованы в политическом процессе. В современной научной литературе единственным комплексным и детальным исследованием, которое в значительной степени посвящено классификации видов социальных медиа, является совместная работа философа Т. Айхера и маркетолога Ф. Джейкоба «Измерение степени использования корпоративных социальных медиа» [1]. По мнению ученых, можно выделить следующие виды социальных медиа: блоги, микроблоги, сайты обмена фотографиями, бизнес-сети, кооперативные проекты, социальные сети, корпоративные социальные сети, форумы, веб-сайты обмена фотографиями, веб-сайты с обзорами продуктов и услуг, социальные закладки, социальные игры, платформы обмена видео, виртуальные миры. Белорусская политология: многообразие в единстве 171

Основным критерием выделения видов социальных медиа, указанных выше, является интернет-платформа. На наш взгляд, в данной классификации присутствуют некоторые неточности. Во-первых, выделение микроблогов в отдельный вид социальных медиа некорректно, т. к. сущностные различия между блогами и микроблогами в инструментально-функционально аспектах отсутствуют, за исключением ограничения длины сообщения. Логично рассматривать микроблоги как вид блогов. Во-вторых, разделение социальных игр и виртуальных миров. Так или иначе, любой виртуальный мир – это компьютерная массовая многопользовательская онлайн-игра, т. к. в ее основе лежит компьютерная программа, служащая для организации игрового процесса. Виртуальные миры могут рассматриваться как виды многопользовательских онлайн-игр наряду с массовыми многопользовательскими онлайн-боевыми аренами, массовыми многопользовательскими онлайн-шутерами и массовыми многопользовательскими ролевыми онлайн-играми. Следовательно, нелогичным видится и противопоставление виртуальных миров, компьютерным играм в целом. Стоит также отметить, что выделение в качестве ключевых отличительных признаков виртуальных миров, наличие конвертируемой в реальную игровой валюты, а также продолжение «жизни мира» после выхода игрока из виртуального мира – некорректно, т. к. аналогичные признаки имеются у многих представителей многопользовательских ролевых онлайн-игр, например, World of Warcraft,

EVE Online, Lineage II, Tera, Black Desert, ArcheAge, Guild Wars II и т. д., и т. п. Говоря же о социальных функциях, сегодня сложно привести пример массовой многопользовательской онлайн-игры, которая бы не имела в себе инструментария для их реализации. Несмотря на некоторые неточности, по нашему мнению, данная классификация наиболее полно отражает все видовое разнообразие существующих на данный момент социальных медиа. Поэтому она будет использована в качестве «каркаса» для определения круга социальных медиа, которые задействуются или потенциально могут быть задействованы в политическом процессе, – с оговоркой на рациональность их использования. Таким образом, логично будет адаптировать классификацию видов социальных медиа Т. Айхера и Ф. Джейкоба в разрезе потенциала использования в политическом процессе и исключить следующие виды социальных медиа: бизнес-сети; веб-сайты с обзорами продуктов и услуг; социальные закладки; социальные игры, кооперативные проекты. Имеет смысл пояснить свою позицию. Бизнес-сети, веб-сайты с обзорами продуктов и услуг, социальные игры – узконаправленные платформы со специфичной аудиторией, которая использует данные ресурсы с определенной целью (поиск работы, поиск товаров и услуг) и с высокой долей вероятности агрессивно воспринимает любые отклонения от функций, не связанных с прямым назначением платформы. В связи с этим, «участие» 172 Суверенитет – безопасность – интеграция как константы устойчивого государственного развития данных видов социальных медиа в политическом процессе сводится к минимуму и возможно только в определенных случаях с известной долей осторожности, например, при попытке воздействия на конкретные социальные группы, например, политическая реклама, ориентированная на безработных, вполне может быть размещена на соответствующих площадках. Однако это частные и довольно редкие случаи, которые требуют особого подхода. Социальные закладки и кооперативные проекты имеют еще меньший потенциал в рамках политического процесса в связи с ограниченностью своего инструментария. Единственным исключением могут выступать кооперативные онлайн-энциклопедии со свободным доступом к редактированию, например, Wikipedia, т. к. она выступает в качестве серьезного источника знаний для большого количества индивидов по всему миру, и редактирование информации, которая в ней размещена, например о каком-либо политическом деятеле или организации, может в значительной степени повлиять на ход электоральной или даже государственной кампании. Однако это все также частный случай. Таким образом, в качестве видов социальных медиа, задействованных в политическом процессе, можно

указать: социальные сети, видеохостинги с элементами социальной сети, фотохостинги с элементами социальной сети, блоги и форумы.

Список литературы

1. Aichner, T. Measuring the Degree of Corporate Social Media Use [Electronic resource] / T. Aichner, F. H. Jacob // Researchgate.net. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/283073224_Measuring_the_Degree_of_Corporate_Social_Media_Use. – Date of access: 14.03.2020.
2. Digital 2019: тренды использования интернета, соцсетей, мобильных платформ, электронной торговли по Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dev.by/news/digital-2019-belarus>. – Дата доступа: 14.03.2020.
3. Zhou, X. Fake news: a survey of research, detection methods and opportunities [Electronic resource] / X. Zhou, R. Zafarani // Researchgate.net. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/329388190_Fake_News_A_Survey_of_Research_Detection_Methods_and_Opportunities. – Date of access: 14.03.2020.