

радіожурналістика. — 2012. — Вип. 11. — С. 65–68.

12. Средства массовой информации России / ред. Я. Н. Засурский. — М. : Аспект Пресс, 2006. — 380 с.

13. Стинс О. Новые медиа / Стинс О., Ван Фухт Д. // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8 : Литературоведение. Журналистика. — 2008. — № 7. — С. 98–106.

14. Сурдов Б. Обама нашел нетрадиционный подход к избирателям [Электронный ресурс] / Сурдов Б. // Утро : ежедневная политическая газета. — 2008. — 19 октября. — Режим доступа : <http://www.utro.ru/articles/2008/10/19/775807.shtml>.

15. Тайлор Э. Б. Первобытная культура / Э. Б. Тайлор ; [пер. с англ.]. — М. : Политиздат, 1989. — 573 с.

16. Юханов Н. С. Трансформация политического консультирования: роль и значение «новых медиа» / Н. С. Юханов // Власть. — 2009. — № 11. — С. 37–40.

17. Schlosberg D. Democracy and E-Rulemaking: Web-Based Technologies, Participation, and the Potential for Deliberation / David Schlosberg, Stephen Zavestoski, Stuart W. Shulman // Journal of information technology and politics. — 2007. — Vol. 4, № 1. — P. 50–51.

18. Ross D. Future of Media Participation: Seven Driving Forces Shaping Media [Electronic resource] / Ross D. — The way of access : [http://www.masternewmedia.org/news/2008/07/17/future\\_of\\_media\\_participation\\_seven.htm](http://www.masternewmedia.org/news/2008/07/17/future_of_media_participation_seven.htm).

19. Jansen B. J. Patterns of query modification during Web searching / Jansen B. J., Booth D. L. & Spink A. // Journal of the American Society for Information Science and Technology. — 2009. — № 60 (3). — P. 557–570.

20. Johnson Thomas J. Every Blog Has Its Day: Politically Interested Internet Users' Perceptions of Blog Credibility / Johnson Thomas J., Kaye Barbara, Bichard Shannon L., Wong Joann W. // Journal of Computer-Mediated Communications. — 2007. — № 13.

21. Kung L. The Internet and the Mass Media / Kung L., Picard R. G., Towse R. — Sage : Publications Ltd., 2008.

22. Twitter и YouTube прорвали интернет-блокаду Ирана [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.securitylab.ru/news/381604.php>.

23. White L. The Science of Culture: A Study of Man and Civilisation / White L. — N. Y., 1949. — P. 8.

УДК 007(477):004:316.77:316.46:328.185

**О. М. Чуранова**

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

### **Корупція як тема дослідження в соціальних медіа**

**Чуранова О. М. Корупція як тема дослідження в соціальних медіа.** Стаття аналізує використання однієї із найбільш відомих українських проблем – корупції як теми дослідження в соціальних медіа. Саме інтернет та соціальні медіа перебирають на себе функції публічної сфери, дають можливість обмінюватися інформацією, висловлювати думку, звертатися до позиції лідерів думок. У розвідці досліджується можливість вивчення теми корупції саме в цифровій публічній сфері, яка створює нові виклики і для тих, хто нею користується та підпадає під її вплив, і для тих, хто збирається її досліджувати.  
**Ключові слова:** *інтернет, корупція, соціальні мережі, публічна сфера, Facebook.*

**Чуранова Е. Н. Коррупция как тема исследования в социальных медиа.** Статья анализирует использование одной из наиболее известных украинских проблем – коррупции как темы исследования в социальных сетях. Именно интернет и социальные сети перенимают на себя функции публичной сферы, дают возможность обмениваться информацией, выражать мнение, обращаться к позиции лидеров мнений. В данном исследовании изучается возможность анализа темы коррупции именно в цифровой публичной сфере, которая создает новые вызовы и для тех, кто ею пользуется и попадает под ее влияние, и для тех, кто собирается ее изучать.  
**Ключевые слова:** *интернет, коррупция, социальные сети, публичная сфера, Facebook.*

**Churanova O. Corruption as an issue of research in social media.** The article analyzes the theme of corruption as an issue of research in social media. Social media are considered as a digital public sphere, where

citizens could freely express their opinions, share views, learn what opinion leaders are thinking about, and lead to agenda setting of the day. Corruption is one of the biggest problems around the world, and perception of corruption in Ukraine and among Ukrainians is not different from other countries, according to the latest national surveys. At the same time Ukrainians do not feel their responsibility for the high level of corruption at different levels and rather ready to shift responsibility for this difficult situation to representatives of power, official, bureaucrats, etc. Therefore, understanding social media as a public space where public opinion is formed, where researchers could see reflection of public opinion, the main trends, the latest news, discourse around specific topics and corruption as well, is very important and actual for modern communication studies. This study explores the possibility of analyzing the topic of corruption in the digital public sphere, which creates new challenges for community, anti-corruption movement, and policy as well. Given the specifics of the attitude of Ukrainians to this problem and popularity of social networks among them, it is very important to pay attention to this sphere as an independent research field. Taking into account all possible limitations and formulating clear research question, the researcher could get any necessary data, which could serve as a mirror of the society and a tool for important changes.

**Keywords:** *Internet, corruption, social media, public sphere, Facebook.*

Соціальні медіа, такі як Facebook, Twitter, Youtube, Wikipedia, V Kontakte, стали невід'ємною частиною глобального комунікаційного простору з появою інтернету. Сьогодні ці платформи будують власний публічний простір, в межах якого створюються безліч інших спільнот, незалежно від географічних кордонів, соціальних і демографічних параметрів. Варто зазначити, що новий цифровий публічний простір, сформований соціальними медіа, відповідає тим характеристикам публічного простору, які колись описав німецький філософ Юрген Габермас: рівний доступ, обговорення найбільш актуальних тем, виключність як усвідомлення себе як окремої групи, але до цієї групи можуть долучитися й інші люди. Користувачі соціальних мереж, стаючи учасниками такого простору, отримують доступ до різних комунікаційних можливостей, до безкінечного інформаційного потоку, в чомусь поступаючись своїм приватним простором, інтимністю, закритістю від зовнішнього світу. Більш того, вони стають не тільки учасниками, але й самі мають змогу виступати в ролі медіа, стати повноцінним засобом масової інформації з такою кількістю читачів, про яку можуть тільки мріяти деякі видання. Саме тому розуміння соціальних мереж як публічного простору відкриває безліч можливостей для дослідників, аби вивчати формування й відображення громадської думки, вплив на неї.

Крім характеристик публічної сфери, соціальні медіа мають і ознаки інституту громадянського суспільства, впливаючи на суспільну думку, сприйняття певної ситуації загалом. У міжнародній організації «Transparency International», яка займається безпосередньо боротьбою з корупцією, відзначили, що зростання суспільного осуду корупціонерів, створення антикорупційних

органів, зростання кількості активістів антикорупційного руху посприяло зміні ситуації, покращенню рейтингу України. І, безумовно, соціальні мережі зіграли тут свою роль. Один із засновників «Transparency International» Франк Вогль у книзі, присвяченій проблемі корупції, зазначив, що соціальні медіа можуть бути головним фактором у підвищенні політичної обізнаності в деяких країнах та стати сильною зброєю у боротьбі з корупцією [6:215].

Важливою є й теза, що соціальні медіа, доступ до них, як і доступ до інтернету, стають фактором розвитку демократії чи перепорою на шляху закріплення авторитарних режимів, хоча й таке твердження має своїх критиків. Прозорість, двосторонній обмін інформацією, можливість швидкої мобілізації користувачів для дій поза мережею роблять соціальні медіа важливим інструментом активного громадянського суспільства. Висвітлення найбільш важливих тем для суспільства – саме та функція, яка робить ЗМІ так званою «четвертою владою». Сьогодні ж повідомлення про найостанніші найважливіші події з'являються, в першу чергу, в соціальних медіа, потім переходячи в традиційні. Власне, феномен, коли соціальні медіа першими поширюють резонансну тему, звертаючи увагу традиційних медіа та впливаючи на порядок денний у медіа, називається «спіраллю говоріння» [1:214].

В Україні користування соціальними мережами стає все більш популярним, в цих просторах спілкуються, організують заходи, впроваджують ініціативи, дізнаються останні новини тощо. Так, за даними опитування, яке проводила компанія GFK на замовлення Міжнародного Республіканського інституту у грудні 2017 року, 48% українців дізнаються політичні новини з інтернету. 44% українців користуються інтернетом щодня. Компанія

Gemius зазначає, що восени 2017 року близько 7 з 10 українців використовують соціальні мережі, більш того, українська аудиторія таких ресурсів як Facebook продовжує стрімко зростати. Однією з причин такої популярності цієї мережі є блокування російського ресурсу «Вконтакте» українським законодавством.

Найбільш універсальне визначення корупції, яке широко використовується в різних дослідженнях, було сформульоване міжнародною громадською організацією з боротьби з корупцією «Transparency International» – «зловживання наданими особі службовими повноваженнями з метою одержання неправомірної вигоди». Закон України «Про засади запобігання і протидії корупції» дає більш розгорнуте тлумачення: «використання особою, зазначеною в частині першій статті 4 цього Закону, наданих їй службових повноважень та пов'язаних із цим можливостей з метою одержання неправомірної вигоди або прийняття обіцянки / пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб або відповідно обіцянка / пропозиція чи надання неправомірної вигоди особі, зазначеній в частині першій статті 4 цього Закону, або на її вимогу іншим фізичним чи юридичним особам з метою схилити цю особу до протиправного використання наданих їй службових повноважень та пов'язаних із цим можливостей».

Необхідно також розуміти, що попри спільність в тлумаченнях концептів протиправності, зловживання службовими повноваженнями, неправомірної вигоди при визначенні корупції, розуміння поняття залежить і від культури, традицій, цінностей суспільства, в якому воно обговорюється і використовується. Так, в певних культурах і у певній формі корупція є частиною культури, суспільно визнаною нормою, без якої не можна досягти бажаної мети швидко та ефективно. Так само дослідження Реймонда Фішмена та Едварда Мігеля показують, що без врахування розповсюдженої культури корупції боротьба з цим явищем не буде повноцінною [2:210]. Також важливо усвідомити, що суть боротьби з корупцією полягає в зменшенні її впливу на різні процеси в державі, зміні сприйняття явища в суспільстві, готовності до самостійного протистояння.

Українці ж вбачають проблему корупції в державі як одну з головних, перешкоду, що заважає нормальному розвитку країни, усіх її важливих проектів. 46% українців назвали корупцію головною проблемою для України

(опитування аналітичного центру International Republic Institute). Себе ж особисто українці не бачать винними у ситуації, що склалася. Корупція лишається ефемерною проблемою, яка не стосується когось конкретно, але всіх загалом. Разом із тим, часте використання терміну політиками й журналістами призводить до таких результатів опитування, коли відповідальність перекладається на будь-кого, але не на себе.

Згідно з опитуванням, проведеним фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) в 2017 році, 60,3% респондентів вважають, що найбільш відповідальним за відсутність покарань для корумпованих чиновників є президент, 42,3% вважають відповідальним парламент, 36,9% – суди, які ухвалюють рішення щодо притягнення до відповідальності корупціонерів, 29,5% – нові антикорупційні органи (НАБУ і САП) і 25,5% – такі правоохоронні органи, як Генпрокуратура та СБУ. Разом із тим, більше половини респондентів в опитуванні (60,5%) вказали, що не давали нікому хабар і не пропонували, 14,4% відмовилися відповідати на запитання, 10,1% зізналися, що давали гроші тощо. За результатами дослідження International Republic Institute, в середньому більше половини суспільства в Україні роблять висновки про рівень корупції із ЗМІ (наприклад, у Києві так відповідали у 59% випадках, а у Львові – 75%), і вже другою найчастішою відповіддю був особистий досвід чи досвід стикання із корупцією родичів, який впливав на розуміння присутності й рівня проблеми.

Таким чином, тема корупції широко розповсюджена в українському дискурсі, є однією з найпопулярніших тем для обговорення, і в соціальних мережах зокрема. Розуміння, в якому контексті і з якими конотаціями відбувається обговорення корупції, корупційних скандалів, антикорупційної стратегії в суспільстві, може визначити, яким є настрій громадськості щодо готовності боротьби з проблемою, до змін, як вона оцінює заходи, що вже реалізуються.

Традиційні медіа за постмодерністськими поглядами дають аудиторії «згенеровані образи про світ, змушуючи людей формувати свою думку стосовно політичних чи соціальних тем, використовуючи ці образи» [3:75]. Медіа продукують новини, новини передають певні знання, знання, в свою чергу, впливають на думку людей щодо новин, певних подій,

формують громадську думку. Медіа відповідають за соціалізацію – надають установки, форми сприйняття тієї чи іншої події, формують стереотипи [3:21]. Теж саме можна сказати про соціальні медіа, які сьогодні швидше за традиційні виконують функцію інформування суспільства, і часом довіра до них вища – адже користувачі більше довіряють тій інформації, котру поширюють їх друзі чи знайомі.

Для дослідників корупції у соціальних мережах варто розуміти, що та реальність, яка формується у цифровому публічному просторі, не менш важлива за справжню реальність. Так, Уолтер Ліппман висунув тезу, що аудиторія більше реагує не на реальність, яка їх оточує, а на відображення реальності в медіа. За сьогоднішніх умов можна говорити, що реальність, яку формує наша стрічка новин в соціальних мережах, має не менший вплив на сприйняття оточуючого світу, ніж повідомлення традиційних ЗМІ.

Корупція є однією з найпопулярніших тем у традиційних медіа. Рівень висвітлення тем зловживань посадовими обов'язками, хабарництва є важливим як для суспільства, так і для засобів масової інформації загалом. Зокрема, дослідження показали позитивну кореляцію між свободою ЗМІ та контролем корупції, вказуючи на важливість плюралізму в медіа, свободи та конкуренції у висвітленні корупційної діяльності [5:15]. Інформування аудиторії із використанням різних точок зору здатне заохотити до активної участі у житті громадськості, змусити політиків активніше боротися з корупцією. Інша важлива теза – висвітлення проблем корупції тягне за собою врахування більших зрушень, змін стану цієї проблеми в сучасному суспільстві. В цьому випадку традиційні і соціальні медіа можуть співпрацювати та використовувати можливості один одного для більшої ефективності, досягнення мети. Викривальні матеріали щодо корупційних злочинів, що спочатку з'являються в традиційних медіа, та їх детальне висвітлення за допомогою соціальних медіа можуть відігравати важливу роль у формуванні антикорупційної свідомості.

З появою соціальних медіа громадянське суспільство отримало можливість більш прозорої політики, впливу на корупційні дії публічних осіб та й самих громадян. До того ж, в деяких країнах традиційні медіа можуть цензуруватися, бути забороненими, і тоді соціальні медіа виступають ледь не єдиним джерелом альтернативної інформації,

інструментом боротьби активних громадян. Якщо ж сама держава зацікавлена у боротьбі з корупцією, то просування прозорості із залученням соціальних медіа має грати тут не останню роль.

Серед переваг використання соціальних медіа у боротьбі з корупцією – менша вартість антикорупційних дій, можлива більша аудиторія проінформованих громадян за умови масштабного поширення доступу до інтернету, швидка мобілізація громадян для антикорупційних акцій протесту, інших заходів [5:32]. Крім того, інтернет і соціальні медіа полегшують впровадження електронного уряду, спеціальних сервісів, які можуть налагодити прямий зв'язок між громадянами та чиновниками, знижуючи масштаби хабарництва, унеможливаючи ситуації, що припускають корупцію. Аналіз ефективності електронних урядів вказує на здатність соціальних медіа впливати на зменшення рівня корупції через просування правильного керівництва, ініціатив в області реформ у сфері антикорупційної політики [4:110].

Дослідники відзначають, що соціальні медіа здатні впливати на цінності й переконання людей не менше за традиційні медіа. Вони мають потенціал впливати на переконання й громадську думку користувачів, спосіб, за допомогою якого люди висловлюють свої думки щодо соціальних чи політичних тем [4:80]. Крім того, соціальні медіа впливають на формування більш активної аудиторії – користувач, зацікавившись матеріалом, прагне дізнатися більше, шукає більше інформації, а, отже, стає більш обізнаним, зацікавленим у політиці та заангажованим. За браком тематичних досліджень щодо впливу соціальних медіа на антикорупційні настрої населення, наприклад, можна проаналізувати і наукові роботи з маркетингу, котрі досить давно вивчають усі комунікаційні можливості соціальних мереж, щоб ефективно їх залучити до потреб бізнесу. Так, було встановлено, що публікації від друзів із порадами та особистим досвідом споживання певного продукту впливовіші за нейтральні чи рекламні публікації від сторонніх акаунтів [3:70]. Так само й особисті історії опору вимаганню хабара можуть бути ефективніші за інформаційну кампанію, яку організувала в соціальних мережах якась державна чи недержавна організація. Таким яскравим прикладом може слугувати група українців у Facebook «Батьки SOS», яка об'єднує батьків зі всієї України навколо проблем у дошкільній та шкільній

освіті. Проблема корупції, вимагання хабара (часто з боку інших батьків) – досить часті теми для обговорення, де інші учасники групи діляться, яким чином можна цьому протистояти, який алгоритм дій є найвірніший, як подолати проблему в комплексі.

Роль інтернету та соціальних медіа як ресурсу для колективних акцій значно зростає, адже у громадян з'являються ширші можливості. Наприклад, результати опитування учасників протестів в Чилі показали сильний, міцний зв'язок між використанням соціальних медіа та участю у протестах та демонстраціях. Дослідження засвідчило, що користувачі соціальних медіа більше готові брати участь у вуличних демонстраціях, ніж ті, хто не користуються такими сайтами [3:91].

Дослідники закликають, щоб будь-які антикорупційні ініціативи використовували соціальні медіа задля того, щоб змінювати ставлення суспільства до корупційної діяльності. Системну корупцію можна поступово здолати, впливаючи на норми суспільства, шляхом заохочення до альтернативної поведінки, пропонування механізму дій в разі ситуації, яка допускає корупцію. Необхідно розуміти, що соціальні медіа вже давно сприймаються як засіб комунікації, здатний підхоплювати та популяризувати будь-яку ідеологію, ідеї й заклики. Дослідження соціальних медіа щодо їх можливості впливу на суспільство, показали, що в спільнотах соціальних мереж поширюються ті ж самі принципи, які діють в соціальних групах поза мережею: вплив учасників один на одного, інтеграція поглядів та цілей, об'єднаний емоційний досвід, спільні переживання тощо [3:25]. Цікавими є й результати дослідження, що користувачі Facebook отримують більшу підтримку та мають тісніші стосунки з іншими людьми, аніж ті, хто не користується Facebook [3:70]. Тісніші ж соціальні зв'язки допомагають людині швидше та ефективніше вирішувати свої проблеми.

Подібним ініціативам, які залучають соціальні медіа до антикорупційної діяльності, присвячена ціла низка робіт. Наприклад,

дослідження антикорупційного руху в Індонезії показало, що соціальні мережі, групи, присвячені діяльності цього руху, разом сформували колективну совість, спільний опір цій проблемі та перенесли це усвідомлення і готовність опору в реальне життя. Вивчення та аналіз досвіду інших може бути не менш важливим для розробки власної української стратегії. Крім того, попередні розвідки вже підтвердили тезу, що із появою соціальних мереж все більше громадян хочуть включитися не тільки у процес обговорення, але й долучатися до реальних дій.

Втім, є й критичні розвідки, які показують, що між використанням соціальних медіа та політичною участю, політичним знанням та ефективністю слабкий зв'язок чи взагалі жодного зв'язку [4:80]. Також достовірність інформації, яка поширюється соціальними медіа, дуже часто досить сумнівна. Будь-яке недостовірне, неправдиве твердження може видаватися за достовірне. Користувачі часто сприймають інформацію із соціальних медіа за реальність, і віртуальний світ підмінює реальний [3:15]. Загалом наукових робіт, присвячених дослідженню корупції в соціальних медіа як теми обговорення, проблеми, що мотивує створювати спеціальні групи чи запускати окремі кампанії, бракує як в Україні, так і за кордоном. Чимало досліджень сфокусовані на доказах негативного впливу корупції на різні сфери життя суспільства, на визначенні найбільш достовірного методу оцінювання рівня корупції, на аналізі найбільш ефективної антикорупційної політики тощо.

Таким чином, враховуючи значення соціальних медіа сьогодні, їх можливості впливу на формування громадської думки, дослідження сприйняття корупції та різних тем, пов'язаних із цим явищем, у площині соціальних мереж, є важливим і нагальним завданням, особливо, в українському науковому полі. Подібні дослідження можуть скласти підґрунтя для формування антикорупційної політики в державі, сприяти розробці новаторської антикорупційної стратегії.

### Література

1. Зазаева Н. Б. Идентичность современного человека в политическом пространстве глобализирующего общества / Н. Б. Зазаева // Вестник ПАГС. — 2012. — № 1 (30). — С. 214–219.
2. Gelbrich K. Cultural discrepancy and national corruption: investigating the difference between cultural values and practices and its relationship to corrupt behavior / Gelbrich K., Stedham Y., Gathke D. // Business Ethics Quarterly. — 2016. — № 1. — P. 201–225.
3. Dijck J. V. The culture of connectivity a critical history of social media / Dijck J. V. — New York :

Oxford University Press, 2013. — 240 p.

4. Jha C. K. Essays on corruption. LSU Doctoral Dissertations / Jha C. K. — 2015. — 116 p.

5. Panth S. Changing norms is key to fighting every day corruption / Panth S. // Comm GAP Discussion papers. — 2011. — № 1. — P. 1–85.

6. Vogl F. Waging war on corruption: inside the movement fighting the abuse of power / Vogl F. — Rowman & Little field Publishers, 2016. — 316 p.