

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Філософський факультет

Кафедра політології

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи бакалавра
на тему **«Інтернет-технології у політичній сфері як засіб
інформаційного впливу та політичної мобілізації»**

Виконав: здобувач вищої освіти 4 курсу

групи ОП-41 денного відділення

напряму підготовки 05 - "Соціальні та

поведінкові науки"

спеціальності 052 «Політологія»

ОПП «Політичні технології

та аналіз політики»

Жеребкін Павло Максимович

Керівник: д. політ. н., професор

Комарова Тетяна Геннадіївна

Рецензент: к. філос. н., професор

Тіхонова Лідія Анатоліївна

(наук.ступінь, посада, прізвище та ініціали)

Харків – 2025 року

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна
Філософський факультет
Кафедра політології
Спеціальність 052 Політологія
Освітньо-професійна програма «Політичні технології та аналіз
політики»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри
О.А. ФІСУН
(ініціали, прізвище)

(підпис)

« ____ » _____ 20 ____ року

ЗАВДАННЯ **На кваліфікаційну роботу бакалавра**

Жеребкіна Павла Максимовича
(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи: «Інтернет-технології у політичній сфері як засіб
інформаційного впливу та політичної мобілізації»
керівниця роботи Комарова Тетяна Геннадіївна д. політ. н., проф.
кафедри політології

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету №3801-5/795 від 22.03.2025.

2. Строк подання студентом роботи 24 травня 2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

- визначити основні особливості інформаційної епохи та її впливу на розвиток політичної сфери;
- проаналізувати теоретичні засади визначення змісту політичних технологій на сучасному етапі розвитку;
- схарактеризувати основні форми реалізації політичних технологій інформаційно-комунікативного впливу;
- проаналізувати вплив та можливості інтернет-технологій у політичній сфері;
- розробити питання про інтернет-технології як засіб політичної комунікації;
- дослідити специфіку інтернет-технологій як засобу політичної мобілізації.

4. План роботи

№ з/п	Назва етапу роботи	Термін виконання етапу
1	Консультація з керівником щодо	30.09.2024

	обрання теми роботи	
2	Затвердження теми роботи	12.10.2024
3	Аналіз та підбір літературних джерел для написання роботи	30.11.2024
4	Написання змісту до кваліфікаційної роботи	30.12.2024
5	Написання першого розділу та висновків до нього	30.01.2025
6	Написання другого розділу та висновків до нього	28.02.2025
7	Написання вступу до роботи	15.03.2025
8	Написання висновків до роботи	31.03.2025
9	Оформлення списку використаних джерел	15.04.2025
10	Написання анотації	30.04.2025
11	Фінальні коригування та доопрацювання	12.05.2025
12	Переддипломна практика	19.05.2025-08.06.2025
13	Підготовка доповіді до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	20.05.2025
14	Підготовка презентації до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	21.05.2025
15	Підготовка до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	22.05.2025
16	Передзахист кваліфікаційної роботи	04.06.2025
17	Фінальні коригування та доопрацювання після зауважень на передзахисті	26- 29.05.2025
18	Перевірка кваліфікаційної роботи через систему антиплагіат	30.05.2025
19	Захист кваліфікаційної роботи	09.06.2025-14.06.2025

5. Дата видачі завдання ____ 30.09.2024 ____

Здобувач вищої освіти _____ Павло ЖЕРЕБКІН
(підпис) (ініціали, прізвище)

Керівниця роботи _____ Тетяна КОМАРОВА

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В. Н. КАРАЗІНА
ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ РОБОТИ**

Направляється студент *Жеребкін П.М.* до захисту бакалаврської роботи за спеціальністю 052 – Політологія на тему: *«Інтернет-технології у політичній сфері як засіб інформаційного впливу та політичної мобілізації»*
Бакалаврська робота і рецензія додаються.

Декан філософського факультету _____
В.

Карпенко І.

Довідка про успішність

Студент *Жеребкін П.М.* за період навчання на філософському факультеті з 2021 року по 2025 рік повністю виконав навчальний план за спеціальністю з таким розподілом оцінок за національною шкалою:

відмінно – _____%, добре – _____%, задовільно – _____%.

Фахівець 1 категорії

навчального центру організації

освітнього процесу філософського факультету _____ Рєвкова Н. Є.

Висновок керівника бакалаврської роботи

Студент *Жеребкін П.М.* виконав бакалаврську роботу на тему *«Інтернет-технології у політичній сфері як засіб інформаційного впливу та політичної мобілізації»* яка присвячена аналізу змісту, форм, специфіки інтернет-технологій у політичній сфері як засобу інформаційного впливу та політичної мобілізації. Студент *Жеребкін П.М.* може бути допущений до захисту.

Керівник бакалаврської роботи:

професор кафедри політології

Харківського національного

університету імені В. Н. Каразіна,

доктор політичних наук _____

Комарова Т. Г.

_____20__ року

Висновок кафедри про бакалаврську роботу

Бакалаврська робота розглянута. Студент *Жеребкін П.М.* допускається до захисту роботи в Екзаменаційній комісії.

Зав. кафедри політології _____

Фісун О.А.

_____20__ року

ЗМІСТ

Зміст

Вступ	3
Розділ 1 Теоретичні засади дослідження інтернет-технологій у політичній сфері	6
1.1. Політичні технології в інформаційну епоху: основні підходи до розуміння	6
1.2. Форми реалізації політичних технологій інформаційного впливу	12
Висновки за розділом 1	19
Розділ 2 Інтернет-технології у політичній сфері: вплив та можливості	23
2.1. Інтернет-технології у вимірі забезпечення політичної комунікації	23
2.2. Інтернет-технології політичної мобілізації	35
Висновки за розділом 2	46
Висновки	49
Список використаних джерел	54

ВСТУП

Розвиток політичної сфери в інформаційну епоху, глобальна якість світу вимагають адекватних форм у сфері політичних технологій. Важливі умови розвитку сучасного світу становлять інтернет-технології, мережева взаємодія, глобальний, високотехнологічний інформаційний простір, які стимулювали та продовжують впливати на вдосконалення політичних технологій. Трансформації у різних сферах суспільного життя потребують дослідження, випрацювання форм, засобів, які дозволяють, з одного боку, адекватно відповідати на виклики, відтворювати технологічно ті зміни, що відбуваються, а з іншого, ефективно впливати на цільові настанови та вектори розвитку.

Інтернет-технології займають сьогодні важливе місце як засоби інформаційного впливу та політичної мобілізації. Ця сфера потребує дослідження, тому що вона представлена розмаїттям засобів інформаційно-комунікативного впливу, зміни, що відбуваються, вельми швидкісні. Стан сучасності характеризується невизначеністю (а, отже, високою напругою ризиків), нестабільністю, поліваріантністю розвитку. Особливої уваги потребує осмислення та дослідження специфіки мережевого простору взаємодії. Нові виміри принципів соціальної взаємодії у мережі, у побудові мережевих спільнот інтегруються до сфери політичних технологій, вимагаючи відповідних засобів.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення змісту, форм, специфіки інтернет-технологій у політичній сфері як засобу інформаційного впливу та політичної мобілізації. Об'єкт дослідження становлять інтернет-технології у політичній сфері.

Предмет кваліфікаційної роботи – це дослідження інтернет-технологій у політичній сфері як засобу інформаційного впливу та політичної мобілізації

Для досягнення мети дослідження були визначені наступні завдання:

- визначити основні особливості інформаційної епохи та її впливу на розвиток політичної сфери;
- проаналізувати теоретичні засади визначення змісту політичних технологій на сучасному етапі розвитку;
- схарактеризувати основні форми реалізації політичних технологій інформаційно-комунікативного впливу;
- проаналізувати вплив та можливості інтернет-технологій у політичній сфері;
- розробити питання про інтернет-технології як засіб політичної комунікації;
- дослідити специфіку інтернет-технологій як засобу політичної мобілізації.

Серед широкого кола дослідників особливостей інформаційного етапу розвитку слід особливо виділити тих, розробки котрих вплинули на нашу розвідку: З. Бауман, У. Бек, М. Кастельс, Н. Луман, С. Льюкс, М. Маклуен, К. Мей, Дж. Нейсбіт, М. Постер, Е. Тоффлер, Т. Фрідман. Загальні характеристики сутності політичних технологій представлені у працях Є. Вятра, В. Горбатенка, Р. Даля, Д. Істона, Л. Кочубей, Дж. Сарторі, С. Хантінгтона, Є. Юрченка, Ю. Шведа та ін. Особливості політичних технологій інформаційного впливу досліджували сучасні українські автори: О. Андрєєва, В. Бебик, В. Полтораки, Г. Почепцов, Л. Смола, Н. Ротар та ряд інших дослідників.

Серед методів, які використовувались в роботі можна особливо виокремити наступні:

- компаративний метод (порівняння форм, засобів інтернет-технологій у політичній сфері);
- структурно-функціональний метод (структурування існуючих знань та визначення головних структурних елементів досліджуваних феноменів, їхніх функціональних особливостей).
- системний аналіз — для визначення логіки сучасних змін, виявлення взаємозв'язків між різними явищами;

- історичний метод – для розкриття особливостей розвитку сучасних інформаційних технологій;

- критико-діалектичний підхід до аналізу політичних феноменів та процесів інформаційної епохи, протиріч та викликів, що спричиняють можливі загострення у політичній сфері.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, кожен з яких містить в собі два підрозділи, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 61 сторінку, а ґрунтується вона на 72 джерелах.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ

1.1. Політичні технології в інформаційну епоху: основні підходи до розуміння

Наприкінці ХХ століття у вітчизняній науці набуває поширення термін «політичні технології». Це було пов'язано із поширенням демократичних політичних практик на пострадянському просторі, із активним інтегруванням вітчизняної науки до передового світового наукового простору. Зародки політичних технологій та їхнього дослідження беруть витоки у Стародавньому світі, однак сучасна інформаційна епоха, активне просування передових суспільних осередків до постінформаційної якості, глобалізація створюють особливі умови для розвитку політичних технологій. Особливо це позначається у просторі інтернету, який сам став технологією, що трансформувала світ та продовжує впливати на набуття новітньої якості усіма сферами суспільного життя.

Загальні характеристики сутності політичних технологій представлені у працях Є. Вятра, В. Горбатенка, Р. Даля, Д. Істона, Л. Кочубей, Дж. Сарторі, С. Хантінгтона, Є. Юрченка, Ю. Шведа та ін.

Особливості політичних технологій інформаційного впливу досліджували сучасні українські автори: О. Андрєєва, В. Бебик, В. Полторак, Г. Почепцов, Л. Смола, Н. Ротар та ряд інших дослідників.

Політичні технології новітнього виміру пов'язують із можливостями конструювання політичного іміджу, із проблематикою формування, значення, типологізації політичних наративів, із політичним дискурсом. Зрозуміло, що евристичної привабливості набув і зв'язок політичних технологій із засобами організованих політичних комунікацій, наприклад, політичним PR та GR. Ці

поняття відображують комплекс різних явищ, за допомогою яких можна впливати на громадську думку, сферу державного управління засобами політичної комунікації.

Українська дослідниця Л. Кочубей зазначає, що політичний PR є складовою управлінської діяльності, ефективним інструментом, який дозволяє керувати електоральним процесом від нього багато в чому залежить якість електорального вибору громадян» (Кочубей 2008). У цю сферу взаємодію із ЗМІ, політичну рекламу, політичне консультування, медіа-планування, діяльність пов'язану із іміджмейкерством, неформальні комунікації (Павлуцька 2008). Політичний PR визначають як функцію державного управління, яка втілюється у життя через політичний менеджмент, маркетинг, іміджологію (Почепцов 2011). Увагу привертає й так званий «чорний PR», так А.Коваленко говорить, що ці технології є квазі-технологіями, порушують не лише закони, а й норми суспільства у галузі моралі, що є загальноприйнятими (Коваленко 2004).

Термін “технологія” бере витоки від «техне» – мистецтво, майстерність та «логос» – знання, закон (від давньогрецького). Технологія визначається як знання про послідовність дій у процесі виробництва певного продукту. Існує визначення у зв'язку із способами обробки матеріалів, проведення різних дій для досягнення виробничих результатів; як науки про способи виготовлення продукції, про прийоми, що існують у різних сферах діяльності; як засіб перетворення джерельних матеріалів, якості задля отримання певного результату у вигляді продукції, послуги (Бебик 1996: 10). Техніка, що від грецької – мистецтво, майстерність, уміння являє собою сукупність навичок, прийомів діяльності.

Технологія, по-перше, визначає процедури, операції, які у висновку взаємодії суб'єкта та об'єкта мають створити умови задля досягнення результату, котрий був заявлений. Загалом поняття політичні технології пов'язують із системою технік, прийомів послідовного досягнення результату, що є бажаним у різних вимірах політичної діяльності.

За такою схемою «виробництво» політики тотожне із виробництвом будь-яких продуктів, товарів. Технології включають сукупність засобів, процедур, способів діяльності орієнтованих на ефективну реалізацію цілей та завдань суб'єктів, мають прив'язку до конкретних умов часу, місця тощо. Специфіка саме політичних технологій у тому, що вони розвиваються у соціальній сфері, реалізуються у соціальних спільнотах, які є дуже змінними самі по собі, на відміну від незмінних матеріалів, речовин.

Політичні технології мають різноманітні форми: технології формування політичної влади, громадської думки, реалізації політичних рішень, виборчі технології, узгодження суспільних інтересів, вирішення політичних конфліктів тощо.

Отже, можна визначити декілька підходів до розуміння політичних технологій:

1. Діяльнісний підхід, за яким політичні технології являють собою визначену послідовність дій, орієнтованих на бажаний політичний результат.
2. Проблемний підхід: політичні технології є комплексом реакції на політичні проблеми, дозволяють забезпечувати політичну стабільність, долати виклики. механізм реалізації політичної влади
3. Кратологічний підхід: політичні технології як механізм реалізації політичної влади.
4. Політичні технології поєднують політичну теорію, методологію та політичну практику.

За специфікою типів виділяють прямі та непрямі політичні технології. Прямі відображують процедури, які є звичними у політичній сфері, формалізованими. Наприклад технології державного управління, зокрема технології законодавчого процесу тощо. Увагу привертають технології прийняття політичних рішень, які не є жорстко формалізованими. Особливо це стосується процедур, прийомів прийняття ефективних політичних рішень.

Слід зазначити, що в інформаційну епоху політичні технології повинні

враховувати трансформації влади та різних вимірів її реалізації у суспільстві. Наприклад, формування та функціонування мережових структур та просування принципу горизонтально побудованих структур на відміну від ієрархічного вертикалізму системних структур. Як зазначав Т. Фрідман, вертикально побудовані структури звідусіль в інформаційну епоху починають програвати більш динамічним горизонтально побудованим структурам (Фридман 2007). Відповідно інтернет-технології у політичній сфері, або політичні технології засобами інтернету набувають особливого значення за умов швидких суспільних трансформацій тому, що за своїм походженням відображують стрижневі якості притаманні розвитку сучасного світу.

Прямі технології стосуються безпосереднього управління політичними процесами, реалізуються у площині правових норм, політичних рішень. Вони зрозумілі та визначені для тих, хто їх реалізує. Вони мають чітку, логічну структуру, зв'язують процедури, засоби та очікувані результати, пов'язані з діяльністю пріоритетно політичних еліт.

Як вже зазначалось, сьогодні інформаційно-комунікативна сфера набуває особливого значення, політика не є винятком у цьому сенсі. Їх загалом можна характеризувати як технології інформаційного впливу. Вони переважно засновані не на прямому, а на опосередкованому впливі на політику. Інформаційний вплив передбачає вплив на суспільну думку, яка потім, сформована певним чином, починає впливати на політику задля реалізації важливих завдань. Наприклад, легітимація влади, проведення електоральних кампаній, лобіювання політичних рішень тощо. Слід зазначити, що процеси демократизації значною мірою впливають на те, що громадська думка, що формується здебільшого завдяки використанню інтернет-технологій, їхнього потужного потенціалу.

Отже, демократизація, формування публічної політики сприяє просуванню

впливу громадської думки та участі у політичній сфері. У свою чергу необхідними стають процедури, механізми залучення громадянського суспільства, окремих індивідів до політичних процесів. Все це стимулює розвиток політичних інтернет-технологій у напрямку інформаційно-комунікативного впливу та політичної мобілізації.

В. Бебик визначав, що політичні технології є сукупністю методів та систем послідовних дій, що мають напрямок до певного результату (Бебик 2001: 36). У технології на відміну від методу є принципова позиція – це точний, послідовний опис кінцевого результату. Серед специфіки політичних технологій також можна визначити доступність, зрозумілість як важливу якість «політичного товару». Почасту об'єкт впливу виступає одночасно і суб'єктом впливу, наприклад, коли йдеться про електоральні кампанії, споживач товару, специфічного політичного може бути одночасно і творцем, або таким, що значно впливає на кінцевий результат взаємодії. Політичні технології особливо чутливі до професіоналізму, потребують особливих навичок, розвиваються у сфері політичного управління (Магда 2010).

Політичні технології змістовно пов'язані із політичним менеджментом та маркетингом. Політичний менеджмент передбачає систему управління політикою на основі методів, форм, технологій управління, маркетингу, психології, які мають політичну специфіку. Відносно політичного маркетингу В. Бебик зазначав, що це сукупність методів, форм, технологій дослідження, регулювання, проєктування, реалізації на практиці певних настанов суспільної свідомості задля завоювання та контролю над ринком влади.

Політична теорія є вельми важливою для сфери політичних технологій тому, що це запорука успішної розробки, впровадження стратегічних настанов. Хоча, як показує практика, політичні технології сьогодні, особливо в інформаційній сфері активно долучають теоретичні доробки інших галузей знання. Це відображує ускладнення сучасного світу, виникнення суміжних феноменів, що потребують міждисциплінарного дослідження.

Технологія є самостійним феноменом, для теорії науковість є основним критерієм, на відміну від неї технологія має за критерій ефективність, отже, спроможність реалізовувати певні цілі, завдання. Ці завдання стосуються конкретних завдань: перемога на виборах, організація громадсько-політичного руху, партії, ефективність прийняття політичних рішень та реалізації влади в цілому.

При всьому розмаїтті політичних технологій слід визначити наступні характерні риси:

- орієнтація на результат, прикладний характер;
- опис конкретних процедур завдяки котрим буде забезпечений певний результат;
- широке соціальне поле впровадження, поєднання прямих та опосередкованих форм з пріоритетом останніх, оскільки мінлива природа соціального світу політики вимагає плюрального, динамічного, гнучкого реагування на його виклики та потреби.

Інтернет-технології найбільш точно відображують визначені характеристики. У політичній сфері вони стосуються публічної якості політики, тобто політики, яка є здобутком суспільні взаємодії та впливає на важливі суспільні процеси.

Інтернет-технології сьогодні багато у чому забезпечують управління процесами легітимації влади, однак, не слід забувати й про зворотній бік цих процесів. Політичні технології спрямовуються почасти й на делегітимацію влади, можуть нести суспільну деструкцію. Політична комунікація та мобілізація також є під впливом інтернет-технологій. Інформаційно-комунікативна сфера, як і сучасне суспільство в цілому динамічно змінюються. Мінливість відображує природу суспільства, в епоху інформаційних технологій та глобалізації швидкості суспільних та технологічних змін зросли. Ця мінливість відображується і на специфіці інтернет-технологій у політичній сфері. Результат, на котрий вони

орієнтуються не є повністю прогнозованим, гарантованим. Політика, як відомо сфера ризику, «мистецтва можливого» (М. Вебер), сучасний світ демонструє підвищення ризиків, «плинності» (З.Бауман), невизначеності, нестабільності, все це у діалектиці й породжує ефект непередбачуваності результату. Звісно, що будь-яка людська діяльність потребує вдосконалення, так і політичні технології розвиваються у напрямку збільшення гарантованості результатів, однак, не слід забувати про похибки та виклики, які можуть дуже дорого коштувати суспільному розвитку.

Політичні технології можуть представляти завдання політичного впливу, або суто функціональні аспекти організації політики. Останні мають більш сталий, формалізований характер (технології прийняття політичних рішень, як приклад). Інформаційний політичний вплив реалізується пріоритетно завдяки спонуканню політичних, соціальних суб'єктів діяти певним чином. Отже, ці технології зорієнтовані на управління громадською думкою, політичною поведінкою, задля завдань забезпечення політичної участі та політичної мобілізації.

1.2. Форми реалізації політичних технологій інформаційного впливу

Форми реалізації політичних технологій дуже різноманітні. На це впливає технологічний підхід до продукування політичних явищ. Інтернет-технології найперше можна визначати за рівнем інтенсивності впливу у часовому вимірюванні, за рівнем інформаційної насиченості. У цьому плані показовим є порівняння політичного впливу політичної пропаганди, яка відрізняється від технології «зв'язків із громадськістю». Інтенсивні форми політичних технологій спрямовані на те, щоб досягти великого тиску на коротких проміжках часу.

Слід зазначити, що природа сучасних інтернет-технологій обумовлює замалу ефективність безпосереднього, жорсткого пропагандистського впливу.

Особистісний характер мережових комунікацій формує негативне сприйняття користувачами відкритого офіціозу та пропагандистських форм інформаційного впливу. І це, незважаючи на те, що сучасна технологічна база дозволяє конструювати смисли, майстерно приховувати реальність, формувати простір ілюзій щодо уявлень про світ та його феномени. Отже, технології пропаганди видозмінюються відповідно до сучасних умов, набуваючи шансів на існування у мережевому просторі.

Особливостями пропаганди є її моральна індиферентність, орієнтація на мету, формування «чорно-білого» сприйняття світу, категоричність оціночних суджень, відсутність альтернативності подання інформації, ціннісних смислів. Пропаганда побудована на постійному повторенні основних ідей, образів задля того, щоб все це закріплювалось у суспільній свідомості. Форми подання матеріалу достатньо прості, доступні, щоб викликати однозначні реакції. Пропаганда активно залучає образи, персонажі. Символи для своєрідного маркування, кодування реальності, виконання завдань візуалізації. Форми політичних технологій менш інтенсивні не передбачають одновимірність змісту, використовують альтернативні підходи, ідеї, взагалі надають більш можливостей для плюрального сприйняття реальності.

Слід зазначити, що політичні технології потребують певних політичних стратегій, які відображують вимоги унікальної ситуації. Загальна логіка політичної стратегії щодо реалізації політичних технологій потребує унікального алгоритму дій у межах наступних складових: оцінка ситуації, формулювання основних ідей політичної кампанії, визначення цільових груп, прийомів та результатів.

Політичні технології реалізуються у формі PR («паблік рілейшнз»). Цей феномен визначається як наука та мистецтво щодо налагодження стосунків, підтримки сприятливих відносин (Костира 2013). Це функція управління, яка орієнтована на встановлення та підтримку взаємозв'язків, співробітництва, довіри, порозуміння між організацією і її публікою. Політична технологія PR дозволяє

керівництву вивчати громадську думку, адекватно реагувати на неї, керувати процесами вирішення конфліктів, проблем, що виникають, забезпечувати необхідні зміни, заздалегідь реагувати на виклики та забезпечувати перспективний розвиток.

Таким чином, «паблік рілейшнз» передбачає гармонізацію інтересів організації із інтересами тих, з ким здійснюється взаємодія. Отже, ця діяльність встановлює взаєморозуміння між організацією та громадськістю (Почепцов 2011). Такі складові як доброзичливість, взаєморозуміння, обмін інформацією, уточнення інтерпретацій, вивчення громадської думки – все це становить важливі виміри сучасної мережевої взаємодії та її організації. Однак, відмінність саме PR від суто мережевих засобів впливу, як це буде показано далі, достатньо чітка фіксація комунікативних каналів суб'єктів і об'єктів комунікацій, як і суб'єкт-об'єктів статусів.

Хоча PR передбачає зворотній зв'язок, обмін інформацією, орієнтований на формування переконань, що свідчить про пристосування до умов плюралістичних суспільств, врахування принципів демократичного формату влади, відсторонення від відкритих маніпуляції і, тим більш, тиску.

У такій діяльності важливими є суспільні інтереси, той, хто здійснює цю діяльність на професійному рівні повинен зберігати чистоту каналів, знати думки різних груп населення, виступати ефективним комунікатором (Костиря 2011).

Слід згадати про політичну рекламу як форму політичних технологій. Вона докорінно відрізняється від PR: останній є значно ширшим видом діяльності, включає усі комунікації організації, реклама переважно концентрується у сфері маркетингу. Вплив реклами прямий здебільшого, неприхований, оплачуваний, значно стислий у часі та формах надання (наприклад обмеження часом певних політичних процесів), або вузько ситуативний характер. PR частіше діє опосередковано, пролонговано, за рахунок ретельної роботи досягаючи стійких результатів та стійких переконань. Політичний PR виконує функцію завоювання

довіри, має стратегічне значення, тоді як політична реклама тактичне.

Маркетинг у своєму класичному визначенні є видом діяльності, який спрямований щодо задоволення потреб через обмін (Золотухін 2007: 15). Маркетинг являє собою забезпечення прибутку через роботу із інтересами споживачів (Почепцов 2011). Маркетинг безпосередньо орієнтований на просування товарів, послуг, тоді як «паблік рілейшенз» готує умови задля досягнення маркетингових комунікацій та загальних цілей організації.

Політичний маркетинг насамперед орієнтований на завдання політичного ринку, його потреби. Це виявляється, наприклад у дослідженні «ринку» (цільової політичної аудиторії), сегментація його, робота із політичним іміджем, пропозиції програмного типу. Мета PR у політичній сфері, наприклад, зробити так, щоб громадяни зрозуміли сутність послуг, переваг, що надає влада, або претенденти у боротьбі за неї, гармонізація взаємодії із громадянами.

Слід зауважити, що відмінність пропаганди від PR полягає у тому, що перша забезпечує втримання уряду при владі, отже, використовуються маніпуляції, тиск, ірраціональне навіювання, масований тиск потребує значних матеріальних ресурсів, другий – орієнтований на розуміння, довіру, пояснення переваг.

Необхідно зазначити, що там де замало у суспільному та політичному просторі плюральності та демократичності, медіа-простір є нерозвиненим, існує ретельний контроль над інформаційною сферою, а структури громадянського суспільства слабкі там або взагалі альтернативність форм політичних технологій не має актуальності, або активно просуваються викривлені квазі-форми.

Наприклад, «чорний PR», домінують політичні технології маніпулятивно-пропагандистського типу. Плюралістичні умови передбачають широкі можливості інтерактиву, зворотніх відповідей, що, навіть додає до ключових складових політичної комунікації – політика, PR, комунікація – елемент гри, а, отже, постійної готовності до реакцій на взаємодію (Почепцов 2011).

Політичний PR стає привабливим для просування інформаційно-

комунікативного впливу засобами сучасних інтернет-технологій. Це пов'язано із «олюдненням» політики та політиків, міжособистісними формами спілкування. Політичний PR активніше використовує напрямки роботи із громадськістю, що засновані на засобах мережі Інтернет, як то: соціальні мережі, блогосфера, форуми. У політичній роботі засобами інтернету PR, набуває більшого впливу, бо орієнтований на використання сучасних можливостей мережі таких як, розмаїття джерел інформації, налаштування аудиторії, яка має критичний погляд, можливості безпосередньої участі у створенні інформаційного продукту.

Сучасна інформаційно-комунікативна сфера показує те, що різні технології та їхні форми взаємодіють та взаємодоповнюють одне одного. Слід звернутися до такого феномену політичної сфери як політичний проєкт. Політичні проєкти за суттю є поєднанням досягнень різних форм політичних технологій. У політичній сфері політичний проєкт передбачає ідейний комплекс, щодо бачення майбутнього держави та суспільства різними політичними силами. Політичний проєкт відображує добір тактичних завдань задля досягнення політичних результатів. Це зв'язний, зрозумілий, логічний опис дій, які необхідно впровадити, щоб розв'язати проблему (Пантеленчук 2009).

Політичні проєкти як форма реалізації політичних технологій мають свої особливості. Вони реалізуються у публічній сфері та пов'язані із роботою зі громадськістю. Стрижнем проєкту є певна ідея, яка має консолідуючий потенціал, привертає увагу все нових і нових прихильників.

Політичні проєкти об'єднують насамперед активістів, потім коло учасників розширюється, утворюються об'єднання громадян, успішні політичні проєкти прямують до переходу від віртуальних форм взаємодії до реальних активностей, до формалізації у межах суспільних організацій, політичних партій.

Проєкти є механізмами накопичення політичного капіталу із його подальшим застосуванням щодо набуття конкретних результатів у ході виборів (Магда 2010). Ця форма політичних технологій ефективна у період між виборами, готує засади для подальшої активізації (до вибухів політичної

активності, наприклад).

Виділяють декілька етапів відносно розгортання політичного проєкту (Магда 2010). Спочатку визначається головна ідея, далі її впроваджують у громадську думку, реалізуються комунікативні стратегії. Визначаються об'єкти тиску, формуються пропозиції щодо зміни політики, критика існуючого стану та пропозиції реформування. Важливо впливати на простір комунікацій. Це можливо шляхом створення інформаційних приводів, які стимулюють увагу, активізують долучання до спільної справи.

Серед форм таких приводів можна визначити перформанс, граффіті, flash mob. Перформативні практики передбачають театралізацію, візуалізацію, яскравість, актуальність. Це може бути певний політичний ритуал, урочиста подія, костюмоване дійство.

На відміну від перформансу, flash mob являє собою одночасне, організоване дійство певної групи, задля впливу на присутніх, для створення відчуття співпричасності, особливо із натяком на таємне, почасти дивне дійство. Привертає увагу позитивне емоційне навантаження таких заходів, причому позитив може бути у відчутті та демонстрації солідарності (Висоцький 2010). Родзинкою flash mob приктик є спонтанність, масовість, у той час, коли перформативні практики більш зосереджуються на ритуалах, ідейності.

У справі успіху політичних проєктів велике значення має масштабність. За умов сучасних інтернет-технологій існує багато можливостей для тиражування, самовідтворення інформації. Інформаційний привід повинен стати мемом. Мем визначається як інформаційний зразок, який обумовлює відтворення інформації (Henke 2010).

Мем – це те, що привертає увагу людей, це інформація, яка самовідтворюється у мережевому просторі зусиллями зацікавлених у взаємодії людей. Від давньогрецької мем означає імітацію. Цей етап можна визначити як просування політичного проєкту. На наступному етапі відбувається

нарощування впливу проєкту, розгортання його. Цей етап наростання характеризується тим, що події в інформаційній оболонці несуть певний ідеологічний код, розповсюджуються як вірусна інфекція в інформаційному просторі (Семенченко 2014).

Останній етап – це фіксація результатів, на якому одержані здобутки інформаційного капіталу переводяться у політичний капітал. Політичний капітал, який виступає потужною мобілізуючою силою суб'єктів політики у разі успішності працює на реалізацію цілей, які були визначені. У політичній сфері цілі спрямовуються прямо чи опосередковано на боротьбу за владу, входження до неї, реалізацію завдяки владі певних задач, цілей.

Політичні проєкти розгортаються задля подальшої участі у виборчих кампаніях. Важливо, щоб на перших етапах розгортання проєктів формувалася довіра з боку громадськості, задіювались механізми PR, слід підходити творчо до реалізації заходів, уникати натяків на офіціоз, асоціацій про те, що зацікавлені суб'єкти мають бажання завоювати владу, тим більш, забезпечити собі простір для реалізації своїх інтересів.

Політичні проєкти мають певні переваги. До таких переваг відноситься те, що їхня цінність вимірюється передусім не витратами, а впливом на суспільну думку, можливостями мобілізації громадян. Проєкт повинен відповідати запитам та настроям суспільства. Не слід перенавантажувати інформаційний простір, щоб не викликати зворотної реакції відторгнення. Отже, є потреба враховувати проміжки часового впливу. Навколо проєктів об'єднуються активісти, лідери думок, зацікавлені, прихильники. На базі політичних проєктів, що реалізуються засобами інтернет-технологій можуть виникати інституалізовані форми політичної участі, такі як громадські організації, політичні партії. Проєкт має бути на перших етапах значною мірою неполітичним, щоб залучити як можна більше прихильників. Усі процеси повинні бути під контролем, щоб дотримуватись визначених цілей та задач. Не слід розпорошувати сили та ресурси на паралельні активності, які не впливають значно на завдання реалізації

проекту. Результативність політичних проектів значною мірою залежить від правильно обраного часу для його реалізації, задля цього необхідний моніторинг поточної та перспективної ситуації. Дослідники визначають, наприклад, ситуацію фальстарту, коли інформаційні впливи заходять на непідготовлену аудиторію, викликають нерозуміння або й відторгнення. Так само й запізнення із початком діяльності може призвести до того, що проект розчиниться у перенасиченому вже інформаційному просторі, не зможе конкурувати із тими проектами, які раніше вже розпочали діяльність.

Отже, інформаційна епоха розвитку політичних технологій показує велике розмаїття форм інформаційно-комунікативного впливу. Сучасні умови поширення інтернет-технологій висувають великі вимоги відносно усіх учасників інформаційно-комунікативної взаємодії. Це стосується як тих, хто намагається просувати певні політичні цілі, так і тих, хто виступає споживачами, реципієнтами інформаційного впливу. Однак, як було зазначено, сьогодні суб'єкт-об'єктні зв'язки у мережевій взаємодії амбівалентні, можливості інтерактиву, зворотного зв'язку привертають увагу та підвищують зацікавлення у політичній участі.

Висновки за розділом 1

Процеси реалізації влади в інформаційну епоху, глобальна якість світу вимагають адекватних форм у сфері політичних технологій. Інтернет-технології, мережева взаємодія, глобальний, високотехнологічний інформаційний простір стали факторами, що стимулювали та продовжують впливати на вдосконалення політичних технологій.

Наприклад, політичні технології повинні враховувати те, що в інформаційну епоху формування та функціонування мережових структур та просування принципу горизонтально побудованих структур набуває все

більшого значення на відміну від ієрархічного вертикалізму системних структур. Нові виміри принципів соціальної взаємодії у мережі, у побудові мережевих спільнот інтегруються до сфери політичних технологій, вимагаючи відповідних засобів.

Поняття політичні технології пов'язують із системою технік, прийомів послідовного досягнення результату, що є бажаним у різних вимірах політичної діяльності. Специфіка саме політичних технологій у тому, що вони розвиваються у соціальній сфері, реалізуються у соціальних спільнотах, які є дуже змінними самі по собі, на відміну від незмінних матеріалів, речовин. Політичні технології мають різноманітні форми: технології формування політичної влади, громадської думки, реалізації політичних рішень, виборчі технології, узгодження суспільних інтересів, вирішення політичних конфліктів тощо.

Демократизація, формування публічної політики сприяє просуванню впливу громадської думки та участі у політичній сфері. У свою чергу необхідними стають процедури, механізми залучення громадянського суспільства, окремих індивідів до політичних процесів. Все це стимулює розвиток політичних інтернет-технологій у напрямку інформаційно-комунікативного впливу та політичної мобілізації.

Політичні технології можуть представляти завдання політичного впливу, або суто функціональні аспекти організації політики. Останні мають більш сталий, формалізований характер (технології прийняття політичних рішень, як приклад). Інформаційний політичний вплив реалізується пріоритетно завдяки спонуканню політичних, соціальних суб'єктів діяти певним чином. Отже, ці технології зорієнтовані на управління громадською думкою, політичною поведінкою, задля завдань забезпечення політичної участі та політичної мобілізації.

Політичні технології є сукупністю методів та систем послідовних дій, що мають напрямок до певного результату. Серед специфіки політичних технологій

також можна визначити доступність, зрозумілість як важливу якість «політичного товару». Почасту об'єкт впливу виступає одночасно і суб'єктом впливу, наприклад, коли йдеться про електоральні кампанії, споживач товару, специфічного політичного може бути одночасно і творцем, або таким, що значно впливає на кінцевий результат взаємодії. Політичні технології особливо чутливі до професіоналізму, потребують особливих навичок, розвиваються у сфері політичного управління.

Слід зазначити, що природа сучасних інтернет-технологій обумовлює замалу ефективність безпосереднього, жорсткого пропагандистського впливу. Особистісний характер мережових комунікацій формує негативне сприйняття користувачами відкритого офіціозу та пропагандистських форм інформаційного впливу. Хоча, сучасна технологічна база дозволяє конструювати смисли, спромагатися приховувати реальність, формувати простір ілюзій щодо уявлень про світ та його феномени.

Політичні технології потребують певних політичних стратегій, які відображують вимоги унікальної ситуації. Загальна логіка політичної стратегії щодо реалізації політичних технологій потребує унікального алгоритму дій у межах наступних складових: оцінка ситуації, формулювання основних ідей політичної кампанії, визначення цільових груп, прийомів та результатів.

PR передбачає зворотній зв'язок, обмін інформацією, орієнтований на формування переконань, що свідчить про пристосування до умов плюралістичних суспільств, врахування принципів демократичного формату влади, відсторонення від відкритих маніпуляції і, тим більш, тиску.

Політична реклама здійснює вплив здебільшого прямий, неприхований, оплачуваний, значно стислий у часі та формах надання (наприклад обмеження часом певних політичних процесів), або вузько ситуативний характер. Політичний PR виконує функцію завоювання довіри, має стратегічне значення, тоді як політична реклама тактичне. Політичний маркетинг насамперед орієнтований на завдання політичного ринку, його потреби. Це виявляється, наприклад у

дослідженні «ринку» (цільової політичної аудиторії), сегментація його, робота із політичним іміджем, пропозиції програмного типу.

Політичні проєкти як форма реалізації політичних технологій мають свої особливості. Вони реалізуються у публічній сфері та пов'язані із роботою зі громадськістю. Стрижнем проєкту є певна ідея, яка має консолідуючий потенціал, привертає увагу все нових і нових прихильників.

Політичні проєкти об'єднують насамперед активістів, потім коло учасників розширюється, утворюються певні об'єднання громадян, успішні політичні проєкти зазвичай прямують до переходу від віртуальних форм взаємодії до реальних активностей, до формалізації у межах суспільних організацій, політичних партій.

РОЗДІЛ 2. ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ: ВПЛИВ ТА МОЖЛИВОСТІ

2.1. Інтернет-технології у вимірі забезпечення політичної комунікації.

Розвиток та вдосконалення мережі інтернет в інформаційну епоху стало черговим етапом просування людства шляхом технологічного прогресу. Це стало важливим досягненням для різних сфер суспільного життя та надало їм потужного розвитку. Мережа інтернет повністю змінила пріоритети щодо можливостей та шляхів доступу та використання інформації, стала беззаперечним найважливішим джерелом політичної інформації. Відповідно до цього й політична комунікація набула широких можливостей впровадження завдяки мережевим засобам. Мережу інтернет можна визначити середовищем поширення політичної інформації. Сама політична комунікація змінюється завдяки новітнім технологіям, відбиваючи зміни інформаційної епохи. Для активної громадської спільноти, різних її груп, для широкого загалу тих, хто має доступ до інтернету, а опосередковано і для загального великого кола людей інтернет стає основним джерелом інформації. Навіть ті, хто безпосередньо не отримує інформацію з інтернету, найчастіше отримує її від близьких, друзів, інших джерел, все одно опосередковано отримує її з інтернету тому, що первинним джерелом найчастіше виступає саме мережа із її надможливостями. Інтернет-технології стають основним джерелом інформації, що формує суспільну думку, впливає на настрої, електоральний вибір. Однак, мова йдеться не лише про короточасний, кон'юктурний вплив на ситуацію (та за суттю ситуативний), вплив інтернет-технологій змінює ціннісні смисли та культурні коди у політичній сфері у довготривалому вимірі.

Інтернет можна визначити не лише як засіб політичної комунікації. Інтернет-простір став важливим комунікативним середовищем. Особливістю цього середовища є те, що віртуальна реальність тут домінує. В інтернет-мережі

діють автономні спільноти людей, які можуть зовсім фізично не контактувати.

Політична комунікація у інтернет середовищі відображує процеси, що сьогодні набули широкого впливу, коли реальні політичні процеси, події на реальних вулицях та майданах, наприклад, підміняються, на жаль, штучно сконструйованими у полощині віртуальної реальності. Взаємодія віртуального та фізичного, матеріально-просторового у інтернет-просторі має складний характер. Слід зазначити, що інтернет-технології та сам цей простір не обов'язково перекичують реальність фізичного простору, вони можуть в цілому адекватно передавати інформацію про події, однак, безперечно, інтернет-технології стають засобом інформаційного впливу та формування нової реальності, через поширення інформації щодо політики.

Інтернет являє собою систему, що динамічно розвивається, інтегруючи новітні техніко-технологічні досягнення. Історія показує, що спочатку мережеві можливості та комунікація стосувалися міжособистого спілкування, пошуку інформації. Перехід на межі століть до можливостей реальності Web 2.0 надав поштовху трансформаціям традиційних мереж у новітній феномен соціальних мереж. Соціальні мережі є феноменом інтернет-технологій, їхнім продуктом, що складається з різних ресурсів, які націлені на міжособистісну взаємодію людей, котрі на них зареєстровані.

Facebook став першим та таким, що й до сьогодні не втратив свого значення, перетворившись з площадки із достатньо обмеженою студентською аудиторією на глобальний ресурс із надможливостями інформаційного впливу. Соціальні мережі як засіб політичної агітації стають об'єктом аналізу у другій половині першого десятиріччя XXI століття. Президентська кампанія 2008 року Б. Обама стала таким прикладом, коли мережеві технології набули широкого впровадження та результативності.

Інтернет-технології у політичній сфері виконують функції, що пов'язані із комунікацією, забезпечують саме політичну комунікацію. Мережеві комунікації у політичній сфері мають свої особливості. По-перше, слід зазначити їхній

«прямий» характер. Це виявляється у тому, що органи державної влади, політичні інституції та політики можуть прямо, а не опосередковано через медіа, взаємодіяти із громадянами. Інтернет-технології як засіб комунікації є загальнодоступними, доступ до них відкритий у будь-який час. Важливим аспектом інтернет-технологій є те, що вони через різні мережеві ресурси надають можливості для особистих комунікацій. Все це робить інтернет-технології як засіб комунікації дуже зручними задля того, щоб оприлюднювати політичну інформацію, відкривають широкий простір аудиторії, дозволяють апелювати до індивідуальних вражень, створюють ілюзію індивідуального спілкування, коли повідомлення спрямовано до конкретного адресата. Остання особливість, на нашу думку, відкриває широкі комунікативні можливості, пов'язані із форматом приватності, інтерактивності, швидкого зворотного зв'язку, а отже, і віртуальної реальності ілюзії довірних відносин між суб'єктами політичного інформаційного впливу та споживачами інформації, наприклад, через співпричасність до життя та думок політиків завдяки інтернет-технологіям. Мережеві ресурси створюють великою мірою уявлення про долучання до подій та процесів, що відбуваються. Інформаційний вплив характеризується постійністю, широким добором форм, через котрі ця постійність реалізується.

Засобом політичної комунікації та інформування є «веб-блог». Слід зазначити, що це одна з історично перших форм комунікації у мережі інтернет. Блог («web log» - мережевий щоденник, англ. blog) – веб-сайт, де регулярно ведуться записи, що містять зображення, текст та мультимедіа. Блог характеризують як персональний веб-сайт, причому зміст його відображується у зворотній хронології (Сирцов 2010). Блог – автономний, індивідуальний інтернет-ресурс, що поєднує інформування та комунікацію, забезпечує інформаційний вплив. Блоги як публічні щоденники мають як індивідуальний, так і колективний характер (тобто ведуться організаціями). Для оцінки блогу можуть використовуватися різні характеристики, такі як інтерактивність, особливості цільової групи, якісно-кількісні показники (цитованість,

відвідуваність) (Горошко 2009: 93). Блоги вільно поєднуються за допомогою гіперпосилань між собою. Блогери є частиною системи, що має назву блогосфера (Сирцов 2010). Отже, сукупність блогів формує блогосферу, що являє собою об'єднання у єдину систему, що забезпечується завдяки перехресним взаємним посиланням, спільним темам, які обговорюються, користування єдиною площадкою для спілкування, співпричасність до єдиного рейтингу, котрий є важливим інструментом інформаційного впливу. Значення цього інструменту важливо тому, що свідчить про авторитетність, характеризує інформацію, що надається та сприяє її позитивній інтерпретації як значущої. Отже, рейтинги, безперечно, структурують сприйняття інформації, впливають на визначення пріоритетів.

Окрім зворотньої хронології подання інформації, для блогів характерними є короткі дописи, їхня тимчасова значимість. Блогінг як регулярне опублікування інформації у блогах має свої характеристики, що роблять цей засіб інформаційного впливу вельми потужним у політичній сфері. Слід нагадати, що споживачі інформації можуть відвідуючи сайт ідентифікувати автора, можуть виявити інтерактив, залишаючи свої коментарі. Це читачі, дописувачі, спостерігачі. Кількість учасників цієї інформаційної взаємодії постійно зростає за рахунок як поширення охоплення мережею, глибини інклюзії, так і за рахунок вдосконалення інтернет-технологій. Позитивна тенденція кількісного зростання пов'язана також із просуванням інформаційної епохи, зміною поколінь на користь тих, хто добре володіє навичками у сфері сучасних технологій. Інтернет-технології надають широкі можливості для проведення блогінгу, платформами задля цього можуть виступати не лише спеціалізовані, традиційні інтернет-ресурси, а й, наприклад, сторінку соціальних мережах політиків, різних громадських діячів, організацій.

Блогерські співтовариства виявляють велику політичну активність та значно впливають на формування процесів політичної участі, здійснюючи інформаційний вплив та забезпечуючи мобілізацію. Блогосфера має свої

характеристики, які роблять її важливим фактором впливу. Це легкість публікацій, для широкого кола відкриті ці можливість, доступність завдяки пошуковим системам та автоматичному підбору інформації для споживачів, соціальний характер оскільки мережі сьогодні мають глобальний характер, широку аудиторію, віртуальність, яка, наприклад, виявляється у миттєвості поширення інформації через універсальний інтернет-простір; можливість синдикування через автоматичний, програмний збір, систематизацію та обробку інформації; взаємопов'язаність тому, що елементи блокінгу пов'язані (Сирцов 2009).

Блогінг може як доповнювати традиційні мас-медіа, так і перебирати на себе домінування в інфо-сфері, або, навіть, ситуація може складатися так, що інтернет-активність може бути єдиною можливістю для реалізації права на свободу думки та політичної небайдужості. Дослідники визначають «ефект бумерангу», тобто впливу на політичну ситуацію у країні не прямо, а опосередковано, коли альтернативні думки впливають на фронт міжнародної спільноти із метою тиску на ситуацію всередині країни (Недбай 2009: 158).

Блоги як засіб політичної комунікації мають свою специфіку, ця сфера як зазначалося дистанціюється від традиційних ЗМІ, навіть формуються задля того, щоб надавати альтернативу, уникати вад, наприклад журналістських перекручень інформації, виявляти претензії на вираження власної позиції самостійно (Недбай 2009: 158). Статистика різних країн свідчить, що знайомство із політичними блогами перекидає інтерес до традиційних каналів подання інформації. Серед функцій у політичній сфері інтернет-технології виконують наступні: формують порядок денний, висловлюють альтернативні думки, здійснюють цензуру традиційних засобів інформації (Горошко 2009: 90-91).

Спрямовання політичного впливу націлене на консолідацію прихильників, формування ідейного контенту, просування певних ідей та пропаганду.

Сфера блогінгу, згідно з визначенням Б. Гейтса, суттєво спрощує комунікацію (Grassegger 2009: 32). Багато в чому це пов'язано із тим, що

діяльність через блоги має виражений індивідуальний, орієнтований на міжособистісні комунікації, неофіційний характер. Можна позбуватися вимог, щодо подання офіційної інформації та нівелювати відповідальність, що супроводжує таке подання інформації. Політики різних рівнів активно використовують ці можливості тому, що це найперше є вираженням власної позиції. Слід додати, що на відміну від офіційних каналів блогосфера дозволяє виключати певні інстанції на шляху посередництва між ретранслятором думок, позицій та адресатом. Організація інформаційного впливу не потребує широкого кола персоналу, технічних засобів, витрат на основні фонди, а отже, фінансово менш обтяжлива. Наприклад, сьогодні ми бачимо широку активність політиків першого ешелону з різних країн, які охоче використовують різні платформи інтернет-технологій задля швидкого реагування на події, при чому логіка дипломатичних контактів залишається поза увагою. Хоча сторінки комунікацій політиків можуть мати й комбінований характер, коли «жива розмова» автора поєднується із наданням матеріалів офіційного характеру. Дослідники зазначають, що надмірне зловживання офіціозом, офіційними прес-релізами та звітуванням є вадом, що небезпечна для популярності блогів. Це свідчить про недостатність професійності насамперед адміністраторів, які ведуть цю роботу. Не слід забувати, що магія особистісних контактів, звернень, що стимулюють до активностей, коментарів, є стрижнем блогінгу, та його дистанціювання від традиційних ЗМІ.

Цей характер блогів свідчить про важливість саме інтерактиву, це не просто розповсюдження повідомлень, а розгортання дискусії, коментарів, налагодження контактів, стимулювання до подальших дій, перспективна комунікація (робота заради майбутнього), кінцева мета перенесення активностей з віртуальної сфери до реальної площини (наприклад, до реальних вулиць та майданів, експлікацією чого є події Арабської весни). Користувачі цікавляться коментарями, а практично половина з них готові змінювати свою думку під впливом засвоєння коментарів.

Сфера блогінгу успішно конкурує із ЗМІ, надає можливості об'єднувати однодумців, виступає альтернативною, і часто ведучою, площадкою, у разі необхідності протиставити свою позицію негативним нападам з боку традиційних ЗМІ. У блогосфері з'являються авторитетні «володарі думок» - лідери думок. Авторитет лідерів думок на співтовариство може перетворюватися з віртуальної комунікації на реальний політичний капітал. Блогери сьогодні стали потужними силами, які формують громадську думку та можуть організовувати координацію дій однодумців та й просто небайдужих людей. Прикладом цього є волонтерські збори для ЗСУ, котрі стали яскравим прикладом впливу блогосфери в інформаційному та мобілізаційному напрямках. Особливу увагу привертає те, що блогосфера є середовищем активно-громадянських індивідів, тих хто небайдужий, продукує певний політичний дискурс. Блоги формують колективну інтерпретуючу рамку. Мережева природа взаємодії у блогосфері сприяє швидкому та ефективному об'єднанню людей, координації зусиль, діяльність у цій сфері закладає засади та підтримує функціонування громадських організацій, груп інтересів. Отже, зв'язок реального та віртуального відбувається через блогосферу. Блог – це засіб перетворення віртуального на реальні дії, інструмент залучення до організацій нових прихильників, тобто політичного рекрутування (Чернявська 2009).

Задля того, щоб бути ефективним засобом інформаційного впливу та політичної мобілізації блог повинен бути, як вже вказувалось, мережевим щоденником, виражати індивідуалізований характер, нести відбиток особистісного впливу автора, наприклад, певні факти про нього. Це розмова передусім, підтримка ілюзії особистісного зв'язку. Політична інформація засвоюється читачами через співпричасність до подій (Горошко 2009:339-340). Важливим є стиль викладання інформації, його завдання не стільки інформувати, скільки спонукати. Блогосфера вимагає постійної, ретельної роботи, бо швидкість інформаційного світу відображується у діяльності блогерів: реагування на події, формування проблемного поля публічної дискусії,

постійний зв'язок із аудиторією. Довге мовчання може нести загрозу втрати зацікавленості та відвідуваності. Блогерська діяльність передбачає входження до тематичних груп, до ком'юніті, постійну роботу з розширення мережевого охоплення, через привертання уваги. Блогосфера часом, на жаль, відображує такі характеристики сучасної політичної сфери, про які пише, наприклад, українська дослідниця Т. Комарова як карнавалізація, гламуризація, політика скандалу (Комарова 2023). Специфіка діяльності у блогосфері особливо відображує інформаційні впливи у цьому напрямку. Провокації, негативна реакція, скандальні впливи, легка здатність переходити меже морально дозволеного, схильність до загострення через подання інформації. Наприклад поширеним механізмом мережових провокацій є тролінг, коли інформація завідомо агресивна, провокативна, націлена на те, щоб підірвати авторитет особи, що піддається такому впливу. Провокативний та дискредитуєчий характер мають фейкові акаунти. Через фальшиві блоги політиків надається неправдива інформація, яка загрожує публічному іміджу. Інформація може носити дискредитуєчий та компроментуючий характер, до негативних проявів також відноситься поширення оплачуваної інформації. Викликом для політичної сфери є перетинання офіційної діяльності політиків, державних службовців та діяльності їх у блогосфері, що може породжувати «зливи інформації», порушення обмежень, наприклад, таємниці інформації.

Проблемою, яка потребує окремого дослідження, є «культура скасування» (cancel culture), або call-out culture «культура викриття», що є сучасною формою ostracism. Цей сучасний ostracism виключає особу з соціального, професійного кола під тиском суспільного резонансу, за неприйнятну поведінку, як це вважають певні групи. Така соціальна технологія виключення може легко реалізовуватись завдяки інтернет-технологіям, причому на сучасному етапі такого ostracism, або, у дещо іншій формі, витискання до «сірої зони» можуть зазнавати не лише окремі індивіди, а й цілі соціальні групи, навіть регіонального характеру. Глобальний, інформаційний світ залучає до своєї орбіти корисні йому

суб'єкти і витискає до «сірої зони» ті, які не цікаві з точки зору користі (Комарова 2023). Механізми контролю з боку держави діяльності у мережі інтернет поширюються, особливо це є характерним для авторитарних режимів, однак, завдання, наприклад, національної безпеки стимулюють й демократичні країни збільшувати увагу до контролю над інформацією.

Важливо враховувати, те наскільки населення охоплено можливостями мережі інтернет, наскільки залучено до відповідних інформаційних потоків та націлене на зворотній зв'язок. Дослідники відмічають, що на пострадянському просторі часто блогінг стає засобом інформування цільових аудиторій (журналістів, політиків, соціальних активістів), що обумовлюється специфікою участі громадськості у мережевій взаємодії (Горошко 2009: 90).

Сфера інформаційних технологій надає широкі можливості інформаційного впливу не лише через соціальні мережі, персональні сайти, а й із застосуванням найпопулярніших сьогодні відео-обмінних ресурсів таких, як Youtube, TikTok, Instagram тощо. Відео сюжети (відео-ролики) широко використовуються у ході виборчих кампаній, для залучення більш широкого кола зацікавлених глядачів. Такі ресурси вельми ефективні при проведенні політичних кампаній. Вони характеризуються легкою навігацією, популярністю, привертають увагу можливостями публічної дискусії, коментуванням, а, отже, інтерактивністю долучення до політичних процесів. Інтерактивна зацікавленість значно відрізняє інтернет-технології такого ґатунку від традиційних ЗМІ. Однак, подання інформації повинно бути відповідним – вносити інтригу, викликати емоційний зв'язок, зацікавленість, спонукати до подальшої участі не тільки віртуальної, а й за потреби реальної. Сучасні медіа-канали потребують відповідного інформаційного продукту. Наприклад, політична телевізійна реклама орієнтована на загальну аудиторію, а можливості сучасних медіа-каналів надають змогу ефективно враховувати особливості цільових аудиторій, тим самим максимізувати ефект впливу. Це передбачає створення для груп виборців індивідуального продукту, сегментування аудиторії. Навіть традиційні форми

політичного інформаційного впливу можуть набути інноваційності. Прикладом є використання регулярних «розмов біля каміну» із виборцями Б. Обами під час кампанії 2012 року, які наслідували форму радіо-бесід Ф.Д. Рузвельта за часів «великої депресії» (Louw 2010).

Слід зазначити, що для ефективності інформаційного впливу інформаційний продукт повинен перетворитися на своєрідний «медійний вірус», який буде передаватися від глядача до глядача. Цей процес якраз і залучає ефект інтерактивності, самовідтворювання інформації, який характерний для інтернет-технологій сучасності. Цю природу медійного вірусу відображують інтернет-меми, продукування яких передбачає появу невеликого оповідання про ситуацію, являє собою вираження політичного наративу. Для продукування такого продукту потрібно враховувати, що візуальне оформлення повинно бути цікавим, неординарним, провокаційним, містити ігровий елемент (Neuman 2011). Мем є позначенням одиниці самовідтворювальної інформації, виявляє активність споживача інформації, участь у розповсюдженні, що є умовою комунікаційної взаємодії, вплив якої ефективний.

Ричард Докінз дослідний, який ввів у науковий обіг поняття мему, визначав, що це одиниця культурної комунікації. Важливим у передаванні мемів від людини до людини є механізм наслідування у спілкуванні. Меми та їхнє широке застосування як засобів інформаційного впливу відображують інтерактивний етап розвитку ЗМІ.

Створення та просування інтернет-мемів є складовою політичних технологій, мова йдеться про мемотехніку, яка стає впливовим елементом політичної боротьби. Мемотехніка передбачає створення та просування значущих мемів задля досягнення певного результату у політичній сфері. Як вже зазначалось, має значення форма, зміст мему, які заохочують споживача доєднатися до його розповсюдження. Що привертає увагу? Меми транслюють вихід за межі культурних шаблонів, використовують гумористично-сатиричну форму подання матеріалу. Наприклад, гумористичні «прізвиська» політичних

діячів, історії, анекдоти, колажі. Інтернет-меми можуть поширюватись через служби обміну повідомленнями, електронну пошту, соціальні мережі, форуми.

Форми також дуже різні, однак неординарні за оформленням: тексти, відео, аудіо файли. У політичній сфері меми можуть нести позитивне або негативне забарвлення. Звісно, що компроментуюча, провокаційна, скандальна, гумористична інформація-оповідання привертає велику увагу. Негативно спрямовані меми як елемент політичної боротьби набувають широкого вжитку. Слід враховувати й психологічний стан глобальної спільноти, що знаходиться у стані турбулентності швидких трансформацій, а отже, сприятливо налаштована на споживання та поширення саме інформації негативного, навіть, підривного (для соціальних устоїв) змісту.

Мемотехніка передбачає певні правила. Визначається, що меми спершу не створювались спеціально, мем сприймається як продукт сучасних технологій, коли спонтанно люди самотійно сприяють масовій розсилці. Для мемів неможлива ідентифікація як реклами, це відвертає від них, так само як і відкритий зв'язок із певними політичними або комерційними міфами.

Масова поп-культура із її вірусною логікою, де важливою є форма, а не зміст, представляє історичну базу механізмів конструювання мемів. Найчастіше ми спостерігаємо серед інтернет-технологій інформаційного впливу лаконічний стиль, успішність сприйняття повідомлень, що транслуються корелюється із їхньою часовою довжиною. Це певною мірою дозволяє долати бар'єр уваги. Завдання долання бар'єру уваги є дуже важливим для інтернет-технологій, що розглядаються. Слід додати й специфіку інформаційної епохи, коли швидкості змін та адаптацій дуже зросли. Це відображується й на процесах сприйняття та засвоєння інформації. Актуальність, новизну, неординарність, врахування вподобань цільових груп також ми вже зазначали як важливі характеристики складових успішних інформаційних впливів.

Органи державної влади та їхні представники сьогодні також активно використовують можливості інтернет-технологій для просування завдань

інформаційного впливу. Ми розкрили можливості неофіційної сфери реалізації політичних технологій. Однак, сучасна демократія, особливо прямі її форми передбачають взаємодію органів влади та суспільства. Це створює умови включеності громадян до політики, забезпечує критерії прозорості, відкритості влади. Прикладами є інтернет-представництва очільників держав (сайт Президента України, Президента Сполучених Штатів. Як показує успішна практика, інформація повинна бути добре структурована, представляти різні блоки проблем, надаватися із використанням різних форм (тексти, аудіо, фото, відео тощо). Надаватися достатньо лаконічно, чітко, прозоро, із гіперпосиланнями на пов'язані теми, структури державного управління задля можливості системності інформації для особливо зацікавлених осіб, котрими є, наприклад, лідери думок, соціальні активісти. Взаємодія із такими цільовими групами дозволяє поширювати необхідну інформацію й неофіційними каналами. Інтерактив у вигляді можливостей звернутися із запитанням, залишити відгук про те, як функціонують ресурси сайту, знайти інформацію як надати звернення, необхідні контакти, подати петицію або взяти участь у голосуванні за неї – все це створює комунікативний простір між державною владою та суспільством. Успішним прикладом є сервіс подання петицій Президенту Сполучених Штатів. Петиція, яка набрала більш ніж 100 тис. голосів, розглядається Президентом, надається на неї офіційна відповідь.

Розгалуженість представлення офіційних структур та діячів має значення. Прикладами тому є офіційні представництва у соціальних мережах. Таким чином використання інтернет-технологій державою та її представниками повинно інформувати громадян, надавати офіційні документи, позиції, відомості; забезпечувати ефект включеності громадян до політики, інтерактив; забезпечувати розповсюдження впливу та координацію дій за рахунок поширення соціальними мережами.

Офіційний сайт Президента України також спрямований на інформування, оприлюднення офіційних документів. Слід враховувати, що цей спосіб

оприлюднення може бути лише додатковим, бо Міністерство юстиції пояснює, що лише розміщення у офіційних виданнях, друкованих, вважається офіційним оприлюдненням нормативно-правових документів. Державний комітет інформатизації України пояснює, що веб-сайти не є засобом масової інформації.

Прийом перших петицій на сайті Президента України здійснюється з часів президента П.Порошенка. У серпні 2015 року з'явився спеціальний розділ щодо подання електронних петицій. Українські державні управління активно використовують можливості соціальних мереж (Facebook, X (колишній Twitter) тощо). Однак не слід забувати, що для ефективності засоби інформаційного впливу повинні бути не лише інформаційними, а саме комунікаційними засобами.

2.2. Інтернет-технології політичної мобілізації

Інтернет-технології в новітніх умовах стали не лише засобом інформації, комунікації, а й забезпечують політичну мобілізацію. Публічна активність громадян може відбуватися як через традиційні структури громадянського суспільства, так і завдяки електронним засобам комунікації. Інформаційна якість сучасної епохи та процеси глобалізації продукують та вдосконалюють умови для спілкування людей у віртуальному просторі, що дозволяє долати часові та просторові обмеження традиційних форм комунікації, швидко об'єднувати прихильників певних ідей та сприяти переведенню віртуальної взаємодії у реальну площину. Наприклад, флеш-моби (англ. миттєвий натовп) є проявом масової громадської активності, яка організується завдяки можливостям всесвітньої мережі. Організація заходів та їхня координація полегшується завдяки інтернет-технологіям, значно здешевлює і первинне забезпечення цих процесів, забезпечується охоплення широкою аудиторією. Це відображується на глобальному, регіональних та локальних рівнях взаємодії

щодо політичної мобілізації.

Сьогодні проблема політичної участі громадян, складовою якої є політична мобілізація, є актуальною і значення її посилюється умовами глобальної кризи демократії. Сучасна статистика свідчить, що авторитарні форми політичних режимів останні роки почали переважати за кількістю демократичні режими (V-Dem Democracy Report 2024.). Плюралістичні суспільства із широкими можливостями політичної інклюзії та впливу громадян потребують ефективної політичної мобілізації. Мобілізація є формою активності громадян у політиці, показує вектори розвитку політичної системи, є засобом легітимації влади, забезпечення стабільності. Сучасний світ надає багато прикладів того, як політична мобілізація громадян завдяки інтернет-технологіям ставала потужним чинником швидких трансформацій.

Слід підкреслити, що політична мобілізація має амбівалентний характер за своїми наслідками: може сприяти стабілізації політичних режимів або, навпаки, стимулювати нестабільність та деструкцію. Причому кінцевий результат не завжди передбачуваний. Феномен політичної мобілізації відбиває невизначеність, поліваріантність, плинність як характеристики стану сучасності (Комарова 2022). Можна визначити, що політична мобілізація має велике значення у політичних процесах щодо політичних режимів різних типів. Звісно, що характер політичного режиму впливає на специфіку політичної мобілізації. За сучасних умов, коли інтернет-технології набувають ведучого значення у суспільних процесах, політичні режими різних типів прагнуть використовувати їхні можливості задля своїх цілей. Слід зробити уточнення стосовно того, що розповсюдження інтернет-технологій, доступ до всесвітньої мережі, можливості та навички населення щодо їхнього опанування мають значення при вимірюванні можливостей та зацікавленості політичних режимів у організації та підтримці такого типу мобілізації.

Мережа інтернет представляє собою поєднання різних ресурсів, що використовуються для цілей політичної мобілізації. Стендфордський

університет здійснив дослідження щодо факторів політичної мобілізації під час «Арабської весни», подій, які набули визначення революційних. Соціальні мережі та зокрема twitter розглядалися у межах цього дослідження як важливий чинник успіху протесних рухів (Beinin, Vairel 2011). Twitter, що тепер перетворився на X є феноменом соціальних мереж, які являють собою комунікативний простір завдяки якому вирішуються політичні задачі. Соціальні мережі поєднують у собі можливості як соціальних мереж, так і веб-блогів, новинних ресурсів.

У якості блогу такі ресурси дозволяють авторам постійно бути присутніми у веб-просторі, надавати публікації у хронологічному порядку, інтегруватися із іншими мережами, блогосферою. У якості соціальної мережи X, наприклад, є динамічним засобом соціальної та політичної комунікації, дозволяє кожному учаснику регулювати процеси взаємодії, формуючи список підписників, відслідковувати їх, отримувати коментарі та самому коментувати, ретранслювати повідомлення інших учасників мережі. Самостійне регулювання комунікації із великою аудиторією робить мережі простором масово-індивідуальної взаємодії, а це у свою чергу привертає до них увагу громадсько-політичних рухів. Такі платформи як X у якості новинного ресурсу відповідають швидкостям сучасного світу. Вони дозволяють передавати повідомлення практично одночасно із подіями, або організовувати онлайн-репортажі. Режим гіперпосилань надає змогу уникати обмежень на обсяг повідомлень. Розвиток мережі інтернет та вдосконалення електронних засобів комунікації, мобільного зв'язку сприяє можливостям для широкого кола учасників бути залученими до постійної он-лайн взаємодії, а отже й до можливостей політичної участі та мобілізації, виявляючи свою громадянську позицію. Соціальні мережі у сполучі із сучасними технічними засобами продукують умови резервуару політичної мобілізації (Ellis, Kent 2011: 51).

Для політичної мобілізації безумовно важливими є технічні аспекти сучасних технологій. Однак, слід визначити також ідеологічну складову та

соціокультурну. Політична мобілізація не можлива без наявності певної ідеї, задачі, яку потрібно вирішити, смислу, що стимулює учасників до дій. Соціокультурна складова має значення для розуміння політичної поведінки учасників взаємодії. Соціокультурні особливості як суспільства в цілому, так і окремих груп впливають на характер та прояви політичної мобілізації.

Вказані складові політичної мобілізації можна дослідити у практиці політико-мобілізаційних рухів. Наприклад, «Другий Майдан» в Україні у 2013-2014 роках, або «Black Lives Matter» у Сполучених Штатах. Технічно вони були поєднанням взаємодії через соціальні мережі, безпосередньої комунікації та частково традиційних ЗМІ. У якості ідеї-смислу виступали вимоги євроінтеграції та європейського вибору України. Соціокультурна складова була представлена загальносуспільним патерном «Майдану», схемою-образом, що характеризує уявлення про реальність. «Майдан» відображував уявлення про форму масового мирного протесту шляхом зібрання людей шляхом самоорганізації на центральній площі у столиці.

Політична мобілізація через засоби інтернет-технологій реалізується у віртуальній та реальній формах. Ці форми взаємопов'язані. Найбільший ефект досягається, коли віртуальна взаємодія переноситься у реальний простір, на реальні вулиці та площі. У такому випадку інтернет ресурси стають базою для формування громадсько-політичних рухів класичного типу. Мережева взаємодія стала основою таких подій як «Арабська весна», або український Майдан у 2013-2014 рр.

Віртуальна мобілізація забезпечує формування впливу на політичні структури та прийняття політичних рішень через об'єднання зусиль учасників у віртуальному просторі, які беруть участь у акціях у мережі, висловлюють свою позицію, поширюють ідеї, наративи. Активність та кількісне зростання прихильників сприяє тому, що мережева взаємодія стає ефективним засобом тиску на політичну сферу.

Наприклад, це масові тематичні акції, що можуть проводитись у певний

час, супроводжуватись хештегами. Учасники масово передають певні повідомлення, тим самим демонструючи активність громадської думки та масовість. Хештеги дозволяють структурувати повідомлення, поряд із цим демонструвати масову підтримку акції. Віртуальна мобілізація може виникати спонтанно як реакція на проблему, скандал, так і бути продуктом політичних технологій. В останньому випадку віртуальна політична мобілізація може використовуватись зацікавленими суб'єктами політичних процесів такими, як політики посадовці, громадські активісти задля тиску на структури прийняття рішень, наприклад, для проведення рішень з реформування, в електоральних кампаніях. Для сучасних засобів політичної мобілізації через інтернет-технології характерними є оперативність, знеособленість, можливості ідейного об'єднання. Для сучасних засобів політичної мобілізації через інтернет-технології характерними є оперативність, знеособленість, можливості ідейного об'єднання.

Недемократичні політичні режими намагаються завадити політичній мобілізації, залишити громадян без важелів політичного впливу. Така протидія може виражатися у технічних завадах та змістовних. Технічний вплив виявляється у припиненні доступу до мережі інтернет, до окремих ресурсів, у намаганнях через технічні та технологічні можливості контролювати, відстежувати діяльність у мережі. Змістова протидія спрямована на створення «ботів», «тролів», які будуть провадити негативний вплив на процес протестної комунікації зсередини, у мережі. Засобів для цього багато: деморалізація учасників, заплутування та перенасичення комунікативного простору зайвою інформацією, «засмічення» великою кількістю повідомлень, перенаправлення обговорення на інші питання, що уводять дискусію у бік, розпалювання недовіри та чвар, що знижує авторитетність та соціальну значущість долучання до визначеної взаємодії.

Слід визначити серед мережевих ресурсів Facebook, який належить до соціальних мереж, які у свою чергу є елементом соціальних медіа. Для останніх міжособистісна взаємодія є визначальним аспектом, або генерований

користувачами контент (Effing, Hillegersberg. Huibers 2011: 28). Цей ресурс відображує своєрідне відтворення народних зборів, можливості спілкування широкого кола людей, а отже і містить значний потенціал як форма громадянської активності та політичної мобілізації.

Соціальні мережі відтворюють складові концепту культури участі на відміну від культури мас-медіа. Логіка взаємодії сучасних засобів комунікації побудована не на поєднанні джерела інформації та реципієнта, а на міжособистісній взаємодії, коли кожен може бути і споживачем, і творцем, і розповсюджувачем інформаційного продукту, займатися редагуванням, коментуванням та його видозміненням (Fuchs 2014: 57-58). На сучасному етапі для учасників комунікації важливим є не стільки отримання інформації, скільки відстежування інтерпретаційних видозмінювань та участь у процесах створення інтерпретацій.

Специфіка сучасних технологій сприяє тому, що молодь активніше долучається до мережевої взаємодії. Серед тих, хто залучений до соціальних мереж рівень готовності до електоральної активності вищий (Marichal 2012). Слід зазначити, що у просторі соціальних мереж сьогодні об'єднуються ті, хто орієнтований на небайдужість, а отже й на виявлення громадянської активності. Однак, існують й виклики щодо можливостей та якості політичних участі та політично мобілізації у вимірі інтернет-технологій. Це насамперед пов'язано із тією якістю сучасної реальності, котру З.Бауман визначає як плинну (Бауман). Великі обсяги інформації, швидкість змін, інтенсивність інформаційного обміну вимагають від людини значних можливостей. Специфіка сучасних технологій, можливості для різного роду маніпуляцій, інформаційне перенавантаження, штучне конструювання подання інформації – все це знижує можливості раціонального вибору, сприяє десоціалізації індивідів, загрожує тим, що процеси індивідуалізації існування людини у соціумі набудуть характеристик атомізації, варваризації та фрустрації. Звісно. Що для політичної мобілізації та участі наявність таких громадян, а особливо їхнє спонтанне включення до політики під

впливом надмірного, кризового загострення ситуації може загрожувати крайніми формами дестабілізації.

Дослідження свідчать, що вдосконалення, розширення форм інтернет можливостей від початкових, переважно пов'язаних із набуттям інформації, до да сучасних, коли творчість та інтерактивність стали переважати, сприяло формуванню нових груп інтересів у мережі, розширенню кола спілкування (Raoof, Zaman, Ahmad, Al-Qaraghuli 2013: 1143). Політична участь являє собою процес інтеграції громадян до політичних процесів. Слід зазначити, що сучасна політична мобілізація зазнає впливу таких тенденцій як розмивання у мережі традиційних маркерів «еліти» та «пересічних громадян», «маси». Це викликано, на нашу думку, зазначеними вище процесами індивідуалізації буття людини у сучасному світі, а також якостями інформаційно-комунікативного простору, що формується засобами інтернет-технологій. Відкритість, широкий доступ, публічність, особистісний характер комунікацій певною мірою зрівнюють можливості, порушують традиційні соціальні структури (агенції за З.Бауманом) та підривають стандарти-шаблони визначення принципів соціальної взаємодії. Це має, на нашу думку, амбівалентний характер, з одного боку, це сприяє демократизації політичної участі, з іншого, напряду пов'язано із просуванням популізму у сучасному глобальному світі, і особливо, там, де традиційно стійкими були настанови ліберальної демократії та широко представлені інтернет-технології для широкого загалу.

Залучення громадян до політичної участі завдяки засобам соціальних медіа проходить три етапи.: перегляд інформаційного контенту, готовність до комунікації та діалогу з громадянами та організаціями, діяльність спільно з іншими громадянами задля вирішення певних проблем (Effing, Hillegersberg. Huibers 2011: 29).

Можливості інформаційних технологій все ширше охоплюють населення глобального світу. Намітилась тенденція, що електоральне поле та аудиторія соціальних мереж практично співпадають. Особливо це стосується політично

активної у віртуальному просторі спільноти, яка найчастіше активно мобілізується на політичну діяльність у реальному просторі. Отже, це просування віртуальної політичної дійсності та її накладання на реальні політичні процеси продукує зростання викликів та збільшення відповідальності того, що відбувається на просторах інтернет. На користь цього свідчить те, що перемогу на виборах сьогодні забезпечує представлення кандидатів та їхньої підтримки у площині інтернет-технологій. Прикладом цього є електоральні перипетії у Румунії, де наприкінці минулого року переможцем першого етапу на президентських виборах став Келін Джорджеску, який стрімко набув представлення та підтримки у соціальних мережах. Однак, як відомо звинувачення у мережевих махінаціях під проводом російського впливу, створення тисяч оплачуваних акаунтів підтримки, призвели до відміни результатів цих виборів та проведення вже у 2025 році нових виборів, без участі К. Джорджеску, якому було заборонено брати у них участь.

Суперництво у політичній сфері, особливо під час електоральних кампаній, розгортається не лише між конкретними суб'єктами політики, а й між різними мережевими ресурсами. Точніше перемога у політичній боротьбі сьогодні часто визначається високотехнологічними можливостями, врахуванням задля ефективної політичної мобілізації глибинних механізмів суспільної та особистісної психології, що забезпечується інтернет-ресурсами. Український політолог Антон Авксент'єв аналізуючи результати останніх в Україні виборів влучно зауважив, що Facebook програв Instagram (Авксент'єв). Не випадково недемократичні режими прагнуть жорстко контролювати мережеву взаємодію, забороняючи доступ до деяких соціальних мереж та блокуючи їх на державному рівні (прикладом цьому є, наприклад, Китай, Іран). Питання національної безпеки змушують демократичні режими також посилювати контроль та практикувати режим обмеження, заборони щодо ресурсів, які можуть нести небезпеку або безпосередньо ворожий вплив (прикладом є інформаційна війна між Україною та Росією). 2015 року російські інтернет-ресурси були заборонені

в Україні внаслідок російської агресії.

На мережеву взаємодію великою мірою орієнтована молодь, як вже зазначалося. Саме неформалізована, відкрита, творча взаємодія привертає увагу молоді. Молодь зацікавлена у масштабності завдань, енергетичній напрузі, відкритті нових обріїв у різних вимірах, пошуку нових комунікацій, однодумців. Мережева взаємодія надає такі можливості. Політична мобілізація як реальна, так і віртуальна передбачає спільні політичні дії. Ці дії виявляються у досяганні уваги широких аудиторій; об'єднанні великих спільнот у мережі; формуванні порядку денного проблемного поля через інтерактивні форми комунікації із представниками влади, політиками; через насичення мережевого простору певним контентом впливати на проблематику глобального порядку денного (Kahne, Cohen 2014: 8).

Не тільки політичні партії, інші організації, структури влади, політики намагаються впливати на громадян завдяки засобам інтернет-технологій, а й самі громадяни завдяки мережевим ресурсам отримують змогу впливати на політику та різних її суб'єктів (Patrut, Patrut 2014: 7-8). Завдяки можливостям інтернет-технологій політична сфера та її учасники стають об'єктами постійної уваги, спостереження, а отже, і можливої зворотної реакції та контролю. Цікавий феномен політичної мобілізації становить організація політичних перформансів у мережі, котра відкрита кожному учаснику мережевої комунікації (Harel 2013: 17-18).

Звернемо увагу також на такий засіб інформаційно-комунікативного впливу як інтернет-форуми. Вони важливі традиційно у сфері паблік рілейшнз, являють собою клас веб-додатків, завдяки яким, ті, хто відвідують сайти, можуть спілкуватися. Це відтворює первинне значення поняття «форум» у давньоримському розумінні, як місця для спілкування.

Для них характерним є те, що забезпечується широкий доступ зацікавлених (реєстрація може бути передбачена, а може й ні). Це спілкування створю. Уяву безпосередньої комунікації, однак учасники можуть продумати

відповіді, відшукати необхідну інформацію, редагувати свої відповіді. Форуми мають почасти професійний характер, це відображує їхню особливість, що може враховуватись у справі організації політичної участі. Ця особливість полягає у поєднанні спілкування із серйозним інформаційним наповненням. Важливим цей ресурс є і у роботі із цільовими групами. На форумах можуть брати участі як професіонали, так і неофіти, для форумів властиве тематичне структурування, що джерельно сприяє формуванню цільових груп. Політичні партії, громадські організації, журналісти здійснюють моніторинг форумної діяльності, збираючи корисну для них інформацію, вивчаючи налаштування публічної думки, реакцію на певні пропозиції, ідеї, запозичуючи корисні думки, намагаються просувати свої політичні задачі (Шкребець 2009, с. 27). Робота з політичної мобілізації на форумах може сприяти переведенню мережевої комунікації у формалізовані форми, тому важливо під час такої роботи чітко визначати цілі, намічати стратегію, обирати необхідні тактики, виявляти спроможність до лідерства. Наприклад, можна досягати ефекту за рахунок невеликих інформаційних впливів (ефект Чаффі-Роузера), задіювати впливи на вподобання та ідеї (резонансні комунікації – модель Г. Почепцова) (Шаян 2008: 44). Загалом така робота може потребувати певного часу, повинна бути поступовою, планомірною. Політична комунікація може проходити трьома шляхами, що забезпечуються ЗМІ, міжособистісними контактами, політичними організаціями (Бебик 1998: 292-293). Форум поєднує у собі усі ці можливості. Можна навести приклад самоорганізації щодо акції протесту «Дістали!» (22.12.2008 у Києві), пов'язану із форумом «Української правди» (Шкребець 2009, с. 27).

Новітні форми політичної мобілізації пов'язані із феноменом мережевої демократії. Мережева демократія виявляється у тому, що кожен учасник соціальної взаємодії може брати участь у прийнятті політичних рішень за спроможностей інтернет-ресурсів. Сучасні процеси знайшли своє відображення і у концепції нетократії А. Барда та Я. Зондерквіста, вони визначили політичну

систему як «плюрархія». Індивіди можуть приймати рішення за себе, однак не можуть за інших, формується атомізація індивідів, які не можуть координувати свої зусилля. Ця координація та управління нею відбувається за рахунок «хабів», що керують комунікацією не безпосередньо, а через інформаційні впливи, «вкиди» (Кулик 2009). Ця діяльність спрямована на розширення дискусії, формування важливих для керуючих тем.

Особливо слід визначити протестну мобілізацію засобами інтернет-технологій. Можливості її зростання стають викликом державній та політичній стабільності. Це викликає необхідність застосовувати різні добори методів для протидії протестній мобілізації. Протидія може бути формальна та змістовна. Формальна стосується юридичного та фізичного обмеження інтернет діяльності. Змістовна потребує дій у середині мережевої взаємодії. Форми можуть бути дуже різні: «фейкові новини», засмічення інформаційного простору, его перенавантаження таким чином, що важливі смисли втрачаються, застосування провокацій, залучання «ботів», дискредитацій лідерів думок, створення віртуалізованих лідерів. Значну загрозу реальній політичній мобілізації становить «кліктивізм», тобто активізм у мережі Інтернет, який виявляється виключно у «кліках», у коментуванні, поширенні інформації (Karpf 2010). Це віртуалізує повністю політичну участь, нівелює результативність у реальній площині.

У якості ефективного засобу політичної мобілізації може бути використаний й потенціал технології “Big Data” (Grassegger, Krogerusich 2016). Аналіз великих обсягів інформації може бути ефективно застосований та вже застосовується у політичних цілях. Хоча вплив цієї технології опосередкований, однак дуже потужний, бо надає зацікавленим керівникам політичної участі потужні інструменти впливу через систематизацію та аналітику великих обсягів інформації, про які раніше можна було лише мріяти.

Отже, політична мобілізація на сучасному етапі забезпечується за допомогою інтернет-технологій. Постійно розширюється спектр цих технологій,

вони набувають вдосконалення. Слід зауважити, що політична мобілізація під впливом інтернет-технологій має свої особливості, закономірності. Для ефективного задіяння цих засобів необхідна вагома аналітична робота, технологічні ресурси, постійна взаємодія із учасниками мережевого простору, розширення кола зацікавлених, послідовна та постійна підтримка інтересу, звернення не лише до широкого загалу, цільових груп, а й до кожного учасника, підтримка ефекту адресної взаємодії.

Висновки до розділу 2.

Інтернет-технології на сучасному етапі досягли значного рівня розвитку та активно використовуються як засоби інформаційно-комунікативного впливу та політичної мобілізації. Зростання впливу соціальних мереж інших інтернет ресурсів на політичні процеси обумовлено тим. Що значна кількість громадян сучасних суспільств залучена до інтернет простору, взаємодія у мережі має переваги швидкості, інформативності, інтерактивності, відкритості, широкими можливостями для кожного виступати не лише споживачем інформації, а й творцем, брати самостійну участь у цій взаємодії.

Привертає увагу не лише оперативність інформаційно-комунікативних впливів, а й особистісний характер комунікацій, широкі можливості неформального спілкування (та неформалізованого). Інтернет середовище розширяє коло учасників, дозволяє долучати, наприклад, у політичну сферу тих, хто раніше був далеко від цього, формується новітня інтернет громада, яка є з одного боку, відображенням суспільства, з іншого, концентрує активну його частку та за рахунок цього може впливати на трансформацію реального простору та наявного реального суспільства у різних його вимірах: глобальному, регіональних, локальних.

Мобілізаційний потенціал інтернет-технологій визначається також як широким охопленням аудиторії, так і розмаїттям форм та засобів щодо цього.

Інформацію можна структурувати, здійснювати керування зусиллями у мережі, задіювати різні форми для досягання успіху у політичній сфері. Важливо, що політична мобілізація через інтернет-технології спрямована на переведення віртуальної взаємодії у реальний простір політичних процесів. Комунікації у мережі започатковують та сприяють реалізації політичних проєктів різного плану від акцій протесту, які почасти мають стихійний стимул, до політичних об'єднань, які набувають стійких формалізованих форм, створювати суспільно-політичні організації та рухи.

Інтернет-технології як засоби політичної комунікації та мобілізації виявляють високий потенціал щодо залучення молоді як соціальної групи, яка значною мірою інтегрована до інтернет-простору, має відповідні навички, орієнтована на спілкування та реалізацію своїх спроможностей. Засоби інтернет-технологій дозволяють визначати та формувати цільові групи, привертають увагу своєю адресною спрямованістю, широкими можливостями пристосування політичних меседжів до вподобань та потреб різних груп населення. Розмаїття форм опрацювання інформації та забезпечення комунікації також впливає на процес зацікавленості у такій діяльності, особливо для молоді, яка знаходиться у пошуку нових вражень, експериментування, емоційної готовності до нового.

У політичних процесах і електоральних кампаніях, зокрема, можливості інтернет-технологій спрямовані на координацію дій активних прихильників, перетворення віртуальної взаємодії на активну участь у практичній діяльності у реальній площині, оперативне інформування, кристалізацію ідей, моніторинг суспільних налаштувань. Суб'єкти політики можуть досліджувати інформаційний простір задля своїх цілей, наприклад, вимірювати адекватність ідей, пропозицій, проєктів реформування на відповідність суспільним запитам, очікуванням.

Слід зазначити, що навіть за умов відключення певних елементів мережевої взаємодії процеси комунікації не припиняються, чому сприяє сама мережева природа такої взаємодії. Політична участь у мережі має

конвенціональний та неконвенціональний характер. До конвенціональних відносять, наприклад, голосування, інформування, збір коштів, участь у політичних дебатах. Неконвенціональні форми включають, наприклад, хакерство відносно державних ресурсів, організацію несанкціонованих заходів, акцій (флеш-мобів), пранкерство. Інтернет-технології можуть використовуватись для забезпечення таких напрямків політичної мобілізації як інформування, робота з продукування контенту, участь у обговореннях, блогінгу, політичної участі у соціальних мережах.

Висновки

Процеси реалізації влади в інформаційну епоху, глобальна якість світу вимагають адекватну форму у сфері політичних технологій. Інтернет-технології, мережева взаємодія, глобальний, високотехнологічний інформаційний простір стали факторами, що стимулювали та продовжують впливати на вдосконалення політичних технологій.

Наприклад, політичні технології повинні враховувати те, що в інформаційну епоху формування та функціонування мережевих структур та просування принципу горизонтально побудованих структур набуває все більшого значення на відміну від ієрархічного вертикалізму системних структур. Нові виміри принципів соціальної взаємодії у мережі, у побудові мережевих спільнот інтегруються до сфери політичних технологій, вимагаючи відповідних засобів.

Поняття «політичні технології» пов'язують із системою технік, прийомів послідовного досягнення результату, що є бажаним у різних вимірах політичної діяльності. Специфіка саме політичних технологій у тому, що вони розвиваються у соціальній сфері, реалізуються у соціальних спільнотах, які є дуже змінними самі по собі, на відміну від незмінних матеріалів, речовин. Політичні технології мають різноманітні форми: технології формування політичної влади, громадської думки, реалізації політичних рішень, виборчі технології, узгодження суспільних інтересів, вирішення політичних конфліктів тощо.

Демократизація, формування публічної політики сприяє просуванню впливу громадської думки та участі у політичній сфері. У свою чергу необхідними стають процедури, механізми залучення громадянського суспільства, окремих індивідів до політичних процесів. Все це стимулює розвиток політичних інтернет-технологій у напрямку інформаційно-комунікативного впливу та політичної мобілізації.

Політичні технології можуть представляти завдання політичного впливу,

або суто функціональні аспекти організації політики. Останні мають більш сталий, формалізований характер (технології прийняття політичних рішень, як приклад). Інформаційний політичний вплив реалізується пріоритетно завдяки спонуканню політичних, соціальних суб'єктів діяти певним чином. Отже, ці технології зорієнтовані на управління громадською думкою, політичною поведінкою, задля завдань забезпечення політичної участі та політичної мобілізації.

Політичні технології є сукупністю методів та систем послідовних дій, що мають напрямок до певного результату. Серед специфіки політичних технологій також можна визначити доступність, зрозумілість як важливу якість «політичного товару». Почасту об'єкт впливу виступає одночасно і суб'єктом впливу, наприклад, коли йдеться про електоральні кампанії, споживач товару, специфічного політичного може бути одночасно і творцем, або таким, що значно впливає на кінцевий результат взаємодії. Політичні технології особливо чутливі до професіоналізму, потребують особливих навичок, розвиваються у сфері політичного управління.

Слід зазначити, що природа сучасних інтернет-технологій обумовлює замалу ефективність безпосереднього, жорсткого пропагандистського впливу. Особистісний характер мережових комунікацій формує негативне сприйняття користувачами відкритого офіціозу та пропагандистських форм інформаційного впливу. Хоча, сучасна технологічна база дозволяє конструювати смисли, спромагатися приховувати реальність, формувати простір ілюзій щодо уявлень про світ та його феномени.

Політичні технології потребують певних політичних стратегій, які відображують вимоги унікальної ситуації. Загальна логіка політичної стратегії щодо реалізації політичних технологій потребує унікального алгоритму дій у межах наступних складових: оцінка ситуації, формулювання основних ідей політичної кампанії, визначення цільових груп, прийомів та результатів.

PR передбачає зворотній зв'язок, обмін інформацією, орієнтований на

формування переконань, що свідчить про пристосування до умов плюралістичних суспільств, врахування принципів демократичного формату влади, відсторонення від відкритих маніпуляції і, тим більш, тиску.

Політична реклама здійснює вплив здебільшого прямий, неприхований, оплачуваний, значно стислий у часі та формах надання (наприклад обмеження часом певних політичних процесів), або вузько ситуативний характер. Політичний PR виконує функцію завоювання довіри, має стратегічне значення, тоді як політична реклама тактичне. Політичний маркетинг насамперед орієнтований на завдання політичного ринку, його потреби. Це виявляється, наприклад у дослідженні «ринку» (цільової політичної аудиторії), сегментація його, робота із політичним іміджем, пропозиції програмного типу.

Політичні проекти як форма реалізації політичних технологій мають свої особливості. Вони реалізуються у публічній сфері та пов'язані із роботою зі громадськістю. Стрижнем проекту є певна ідея, яка має консолідуючий потенціал, привертає увагу все нових і нових прихильників.

Політичні проекти об'єднують насамперед активістів, потім коло учасників розширюється, утворюються об'єднання громадян, успішні політичні проекти прямують до переходу від віртуальних форм взаємодії до реальних активностей, до формалізації у межах суспільних організацій, політичних партій.

Інтернет-технології на сучасному етапі досягли значного рівня розвитку та активно використовуються як засоби інформаційно-комунікативного впливу та політичної мобілізації. Зростання впливу соціальних мереж інших інтернет ресурсів на політичні процеси обумовлено тим. Що значна кількість громадян сучасних суспільств залучена до інтернет-простору, взаємодія у мережі має переваги швидкості, інформативності, інтерактивності, відкритості, широкими можливостями для кожного виступати не лише споживачем інформації, а й творцем, брати самостійну участь у цій взаємодії.

Привертає увагу не лише оперативність інформаційно-комунікативних впливів, а й особистістний характер комунікацій, широкі можливості

неформального спілкування (та неформалізованого). Інтернет середовище розширяє коло учасників, дозволяє долучати, наприклад, у політичну сферу тих, хто раніше був далеко від цього, формується новітня інтернет-громада, яка є з одного боку, відображенням суспільства, з іншого, концентрує активну його частку та за рахунок цього може впливати на трансформацію реального простору та наявного реального суспільства у різних його вимірах: глобальному, регіональних, локальних.

Мобілізаційний потенціал інтернет-технологій визначається також як широким охопленням аудиторії, так і розмаїттям форм та засобів щодо цього. Інформацію можна структурувати, здійснювати керування зусиллями у мережі, задіювати різні форми для досягання успіху у політичній сфері. Важливо, що політична мобілізація через інтернет-технології спрямована на переведення віртуальної взаємодії у реальний простір політичних процесів. Комунікації у мережі започатковують та сприяють реалізації політичних проєктів різного плану від акцій протесту, які почасти мають стихійний стимул, до політичних об'єднань, які набувають стійких формалізованих форм, створювати суспільно-політичні організації та рухи.

Інтернет-технології як засоби політичної комунікації та мобілізації виявляють високий потенціал щодо залучення молоді як соціальної групи, яка значною мірою інтегрована до інтернет простору, має відповідні навички, орієнтована на спілкування та реалізацію своїх спроможностей. Засоби інтернет-технологій дозволяють визначати та формувати цільові групи, привертають увагу своєю адресною спрямованістю, широкими можливостями пристосування політичних меседжів до вподобань та потреб різних груп населення. Розмаїття форм опрацювання інформації та забезпечення комунікації також впливає на процес зацікавленості у такій діяльності, особливо для молоді, яка знаходиться у пошуку нових вражень, експериментування, емоційної готовності до нового.

У політичних процесах і електоральних кампаніях, зокрема, можливості інтернет-технологій спрямовані на координацію дій активних прихильників,

перетворення віртуальної взаємодії на активну участь у практичній діяльності у реальній площині, оперативне інформування, кристалізацію ідей, моніторинг суспільних налаштувань. Суб'єкти політики можуть досліджувати інформаційний простір задля своїх цілей, наприклад, вимірювати адекватність ідей, пропозицій, проєктів реформування на відповідність суспільним запитам, очікуванням.

Слід зазначити, що навіть за умов відключення певних елементів мережевої взаємодії процеси комунікації не припиняться, чому сприяє сама мережева природа такої взаємодії. Політична участь у мережі має конвенціональний та неконвенціональний характер. До конвенціональних відносять, наприклад, голосування, інформування, збір коштів, участь у політичних дебатах. Неконвенціональні форми включають, наприклад, хакерство відносно державних ресурсів, організацію несанкціонованих заходів, акцій (флеш-мобів), пранкерство. Інтернет-технології можуть використовуватись для забезпечення таких напрямків політичної мобілізації як інформування, робота з продукування контенту, участь у обговореннях, блогінгу, політичної участі у соціальних мережах.

Список використаних джерел

1. Beinin J., Vairel F. (2011) Social Movements, Mobilization, and Contestation in the Middle East and North Africa. - Stanford University Press, Stanford. USA.
2. Beyer J.L. (2014) Expect Us: Online Communities and Political Mobilization. - Oxford university press, Oxford, GB.
3. Delany C. (2013) Mobilization: Getting People to Act on Your Behalf, Available at: <http://www.epolitics.com/2012/04/04/mobilization-getting-people-to-act-on-your-behalf/> (accessed 13 January 2015).
4. Effing R., Hillegersberg J. van, Huibers T. (2011). Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems? / Robin Effing, Jos van Hillegersberg, Theo Huibers. // Third IFIP WG 8.5 International Conference, ePart 2011, Delft, The Netherlands, August 29 – September 1, 2011. Proceedings. - pp 25-35.
5. Ellis K., Kent M. (2011) Disability and New Media, first published - Routledge, New York, NY.
6. Fuchs Ch. (2014). Social Media: A Critical Introduction. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE, 2014. - 290 p. - (first published).
7. Gourevitch P., Hall P.A., Jacoby W., Levy J., Meunier S., Baccaro L., Trumbull G. (2014) The Politics of Representation in the Global Age. Identification, Mobilization, and Adjudication, Harvard University, Massachusetts.
8. Grassegger H., Krogerus M. Der Psychologe Michal Kosinski hat eine Methode entwickelt, um Menschen anhand ihres Verhaltens auf Facebook minutiös zu analysieren. Und verhalf so Donald Trump mit zum Sieg / Hannes Grassegger und Mikael Krogerus. - <https://www.dasmagazin.ch/2016/12/03/ich-habe-nur-gezeigt-dass-es-die-bombe-gibt/>
9. Harel O. Resources, Political Efficacy and Political Performance:

Political Participation on Facebook. URL: https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/24367/thesis_ori_harel.pdf?sequence=1-Title from the screen. 50 p.

10. Henke Ch. (2007). Memetik und Recht [die elektronische Ressource]. Humboldt Forum Recht. № 2. Das Regime des Zuganges: <http://www.humboldt-forum-recht.de/deutsch/2-2007/index.html>

11. Heron, L. (2012) Obama's 'This Seat's Taken' Tops Tampa Tweets. Washington Wire. The Wall Street Journal.

12. Kahne J., Cohen C.J. Participatory Politics: New Media and Youth Political Action URL: http://dmlhub.net/sites/default/files/YPP_Survey_Report_FULL%281%29.pdf -Title from the screen. – 55 p.

13. Karpf D. (2010) Online Political Mobilization from the Advocacy Group's Perspective: Looking Beyond Clicktivism. Policy & Internet. Volume 2, Issue 4, 7–41.

14. Louw E. (2010) The Media and Political Process. - University of Queensland.

15. Ludens P. (2012) #Ivoted: Documenting the Vote in the 2012 Elections, Available at: <https://puellaludens.wordpress.com/tag/political-mobilization/> (accessed 13 January 2015).

16. Marichal J. (2012). Facebook Democracy: The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life / prof. Jose Marichal. - Surrey: Ashgate Publishing. 200 p.

17. Meisel D. Hashtag politics. [digital source] - URL: <http://beautifultrouble.org/theory/hashtag-politics>

18. Montero M.D. (2009) Political e-mobilisation and participation in the election campaigns of Ségolène Royal (2007) and Barack Obama (2008), Quaderns del CAC, 27-33.

19. Neuman S. Political memes fast cheap and out of control. It's all politics. <<http://www.npr.org/sections/itsallpolitics/2012/10/24/163552936/political->

memes- fast-cheap-and-out-of-control>

20. Patrut B., Patrut M. (2012). Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power Or Social Media / Bogdan Patrut, Monica Patrut. - Springer Cham: Heilderberg, New York, Dodrecht, London. 374 p.

21. Raoof J., Zaman H.B., Ahmad A., Al-Qaraghuli A. (2013). Using social network systems as a tool for political change. International Journal of Physical Sciences. Vol. 8(21). 2013. P. 1143-1148.

22. Theocharis Y. Using Twitter to Mobilise Protest Action: Transnational Online Mobilisation Patterns and Action Repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados and Aganaktismenoi movements - Mode of access: URL : http://www.academia.edu/2625501/Using_Twitter_to_Mobilise_Protest_Action_Transnational_Online_Mobilisation_Patterns_and_Action_Repertoires_in_the_Occupy_Wall_Street_Indignados_and_Aganaktismenoi_movements

23. V-Dem Democracy Report. (2024). URL: <https://www.democracywithoutborders.org/31900/democracy-declined-in-42-countries-in-2023-new-v-dem-report-says/>

24. Vissers S., Hooghe M., Stolle D. (2012) Impact of Mobilization Media on Off-Line and Online Participation: Are Mobilization Effects Medium-Specific? Social Science Computer Review, 30, 152-169.

25. Vissers S., Stolle D. (2014). Spill-over effects between Facebook and on/offline political participation? Evidence from a two-wave panel study. / Sara Vissers, McGill University; Dietlind Stolle, McGill University. // Journal of Information Technology & Politics. Volume 11. Issue 3. 2014. P. 259-294.

26. Walker E.T., Rea C.M. (2014) The Political Mobilization of Firms and Industries, Annual Review of Sociology, Vol. 40, pp. 281-304.

27. Бауман, З. 2008. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства. Пер.з англ. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 109 с.

28. Бебик В.М. (2001). Менеджмент виборчої кампанії: ресурси,

технології, маркетинг : Навч.- метод. посіб. К. : МАУП, 2001. 214с.

29. Бебик В. М. (1996). Політичний маркетинг і менеджмент. К.: МАУП. 144 с.

30. Біденко А. (2010). Атака політичних вірусів. Українська правда. 19 липня. – режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2010/07/19/5230052/>

31. Богуш Д. (2009). Гонка політичної реклами з фальстарта. Українська правда. : <http://blogs.pravda.com.ua/rus/authors/bogush/4aa8d43f9aa7f/>

32. Висоцький О.Ю. (2010). Технології легітимації політичної влади: теорія і практика: монографія. Дніпропетровськ: Пороги. 2010. – 318 с

33. Горошко О. І. (2009). Політичний блогінг у глобальній та локальній перспективах. Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія «Соціологія і політичні науки». Вип. 13. т. 14. с. 335-345.

34. Гриценко А. В світі йде пошук балансу між ліберальною і командно-адміністративною системами. «Дзеркало тижня». – режим доступу: <http://www.dt.ua/1000/1550/67571/>

35. Денисюк С.Г. (2010). Технологічні виміри політичної комунікації : монографія . Вінниця : ВНТУ. 2010. 275 с.

36. Дунаєв І. В., Костенніков Д. М., Кушнір В. М. (2023). Цифрові кочівники: глобальні туристи чи нові робочі руки для післявоєнного відновлення України? *Актуальні проблеми державного управління*. 2 (63) : 6-24.

37. Дуцик Д. (2006). Українські медіа: від авторитарного до демократичного дискурсу. Магіструм. Журналістика. Вип. 22. с. 40-42.

URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80>

38. Зеленько Г. І. (2014). Технології сприяння розвитку громадського суспільства: практики посткомуністичних країн. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. - 2014. Спец. випуск. с. 49- 61.

39. Золотухін Е.В. (2007). Політичний маркетинг: багатозначність поняття. Політичний менеджмент. № 5 (26). с. 13–23.

40. Ільницька У.В. (2000). Перформансна комунікація як політична технологія та складова іміджевої PR-стратегії збройних сил. Військово-науковий вісник Академії Сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного. – Львів: НАСВ.

41. Кіца М. О. (2016). Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. Наукові записки Академії друкарства. № 1 (52). 2016. с. 281-287.

42. Климанська Л. (2009). Соціальна проблема у технологічному контексті: соціально-політичні проекти. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. Вип. 21. с. 96-103.

43. Климанська Л. Д. (2008). Комунікативні стратегії в процесі конструювання соціальних проблем у фокусі соціальної політики. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Збірник наукових праць. с. 70-74.

44. Кобзєва, О.О. (2008). Структура та функції політичного наративу «вибори президента». Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. № 38. 2008. с. 161-165.

45. Коваленко А. (2004). «Чорний» політичний PR в сучасній Україні. Центр Медіареформ. URL : <http://www.mediareform.com.ua/article.php?articleID=217>

46. Комарова Т. (2022). Гламурна стабільність в умовах інформаційних технологій та глобалізації. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна, «Питання політології». Вип.42. с. 15-22.

47. Комарова Т.Г. (2023). Демократичний вибір України: зміст та параметри політичного інжинірингу. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна, «Питання політології». Вип.44. с. 7-14.

48. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. К.: «Ваклер» - 2000. - 528

с. – («Образовательная библиотека).

49. Костира І. (2013). Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні / Інна Костира // Політичний менеджмент. № 1. с. 109-118.

50. Кочубей Л. (2008). Політичний PR: управлінська складова. Сучасна українська політика: політики і політологи про неї. Спецвипуск: Політичний менеджмент. К.: Український центр політичного менеджменту. с. 291-300.

51. Кочубей Л.О. (2008).Виборчі технології / Лариса Кочубей. – К.:Український центр політичного менеджменту. 332 с. (Б-ка журн.«Політ. менеджмент»).

52. Кулик В.М. «Порядок денний» новинного дискурсу українських мас-медіа. Гілея. URL: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Gileya/2009_26/Gileya26/P3_doc.pdf

53.Недбай В.В. (2009). Блог як феномен політичної комунікації.. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія: Питання політології. № 839. Вип. 14. с. 156-162.

54. Павлуцька В.О. (2008).Політичний дискурс: особливості та функції. Вісник Житомирського державного університету: Філологічні науки. Вип. 39. с. 218-221.

55. Пантелейчук І.В. (2009). Політична реклама в системі державно-управлінської комунікації. Актуальні проблеми державного управління. № 1(35). с. 156-163.

56.Почепцов, Г. (2011). Гламурна журналістика: логіка візуальної війни. URL.: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/10323/2011-02-22-glamurna-zhurnalistyka-logika-vizualnoi-viyny/>

57. Почепцов Г.Г. (2011). Імідж політичний. Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. К.: Парламентське видавництво. с. 278.

58. Прикладна політологія .(2008). За ред. В.П. Горбатенка. К.: Академія. 472 с. –(Серія «Альма-матер»).
59. Пущенко П. Соціальна реклама: засіб політичного PR. Високий Вал. Чернігів. : <http://val.ua/politics/chernigov/192889.html>
60. Семенченко О.А. (2014). Іміджева політика України: монографія. К.: Академія. 272 с.
61. Сирцов О. (2010). Політичний франчайзинг. Львівська газета. № 39. 30.09.2010.: URL: <http://www.gazeta.lviv.ua/articles/2010/09/30/41869/>
62. Слісаренко І. Теорія і практика «м'якої сили» в міжнародних відносинах. URL: <http://social-science.com.ua/article/24>
63. Цибулько В. Ім'я лідера може спрацювати не на користь нових політ сил. Гарт. URL: http://www.gart.org.ua/?lang=ua&page_id=2&news_type=5&element_id=25022
64. Чернявська Л. (2009). Використання інформаційних ресурсів у забезпеченні інформаційно-аналітичного супроводу демократичних перетворень. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. Вип. 23. с. 80-96.
65. Чудовська-Кандиба І. А. (2009). Перформанс візуальних комунікативних практик у сучасному соціокультурному просторі / І.А. Чудовська-Кандиба // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Збірник наукових праць. № 15. С. 280-283.
66. Шарова А. (2008). Політичний дискурс і політичний текст: можливості лінгвістичного аналізу. Сучасна українська політика: політики і політологи про неї. Київ; Миколаїв. Вип. 14. с. 77-86.
67. Шаян Л. П. PRo суспільні комунікації / Л. П. Шаян. К.: ТОВ «Група компаній «Динаміка», 2008. — 180 с.
68. Шевченко О. 2006 Основні політичні проекти в Україні та перспектива їх взаємодії. Газета «День». №186. URL:

<http://www.day.kiev.ua/290619?idsource=170781&mainlang=ukr>

69. Шкребец С.М. (2009). Интернет-форум «Украинской правды» как виртуальное сетевое сообщество. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. №844. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. Вип. 23. с. 125 - 128.

70. Шкутяк Л. Діалог як іманентна властивість ток-шоу.«Медіа-критика». URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/dialoh-yak-imanentna-vlastyvist-tok-shou.html>

71. Шляхтун П. Парламентаризм: Словник-довідник. (2003). К.: Парламентське видавництво. 151 с.

72. Фрідман Л. Томас. (2008). Світ плаский! Глобалізований світ у XXI столітті. «Акта». 646с.

АНОТАЦІЯ

Жеребкін П.М. Інтернет-технології у політичній сфері як засіб інформаційного впливу та політичної мобілізації (бакалаврська робота). Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. 67 с. (рукопис).

Кваліфікаційна робота бакалавра присвячена дослідженню інтернет-технологій у політичній сфері як засобу інформаційного впливу та політичної мобілізації. Визначено основні особливості інформаційної епохи та її впливу на розвиток політичної сфери. Проаналізовано теоретичні засади визначення змісту політичних технологій на сучасному етапі розвитку. Схарактеризовано основні форми реалізації політичних технологій інформаційно-комунікативного впливу. Проаналізовано вплив та можливості інтернет-технологій у політичній сфері. Розроблено питання про інтернет-технології як засіб політичної комунікації. Досліджено специфіку інтернет-технологій як засобу політичної мобілізації.

Ключові слова: інтернет-технології, інформаційна епоха, політична сфера, політичні технології, інформаційний вплив, політична участь, політична мобілізація.

ANNOTATION

Zherebkin P.M. Internet technologies in the political sphere as a means of information influence and political mobilization (bachelor's thesis). Kharkiv: V. N. Karazin KhNU, 2025. 67 p. (manuscript).

The bachelor's qualification work is devoted to the study of Internet technologies in the political sphere as a means of information influence and political mobilization. The main features of the information age and its impact on the development of the political sphere are identified. The theoretical principles of determining the content of political technologies at the current stage of development are analyzed. The main forms of implementation of political technologies of information and communicative influence are characterized. The influence and possibilities of Internet technologies in the political sphere are analyzed. The question of Internet technologies as a means of political communication is developed. The specifics of Internet technologies as a means of political mobilization are investigated.

Keywords: Internet technologies, information age, political sphere, political technologies, information influence, political participation, political mobilization.

ВІДГУК
на кваліфікаційну роботу бакалавра
4-го курсу групи ОП-42 денної форми навчання
спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-професійної програми «Політичні технології та аналіз політики»
філософського факультету
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Жеребкіна Павла Максимовича
на тему: «Інтернет-технології у політичній сфері як засіб інформаційного
впливу та політичної мобілізації»

Актуальність теми Жеребкіна Павла Максимовича обумовлена необхідністю швидкого реагування на зміни, що відбуваються у сучасному світі високих технологій, поєднаних із глобалізаційними процесами. Автор, безумовно, обрала перспективний вектор розвідок, що стосується новітніх технологій забезпечення політичних процесів, як пріоритетного напрямку ефективного управління суспільними процесами. Він вірно визначає, що швидкість розповсюдження інформації може призвести до поширення маніпулятивної чи неправдивої інформації, що може порушити довіру громадян до влади та спричинити соціальні напруження. Засоби інформаційного впливу та політичної мобілізації, що надають інтернет-технології, активно впливають на громадську думку та на внутрішні політичні події в цілому. Робота Жеребкіна Павла Максимовича є вдалим прикладом звернення до актуальної теми визначення завдань використання цифрових технологій для збільшення громадянської активності, розширення можливостей для громадянського контролю над владою, збільшення прозорості. Автор вірно зазначає, що все це може сприяти стабільності.

Позитивними аспектами роботи є, на нашу думку, наступні складові: достатньо широке коло сучасних джерел та літератури (72 найменування), на яких ґрунтується робота; логічність структури роботи, самостійність та

обґрунтованість основних позицій та висновків. Зміст роботи розкриває мету та завдання, що були визначені. Автор вірно звертається до теоретичних аспектів проблематики, щоб більш докладно розкрити специфіку сучасного інформаційного етапу, визначає сутність феномену політичних технологій, виділяє форми реалізації політичних технологій інформаційного впливу, робить акцент на специфіці інформаційної епохи. Загалом цей вимір розвідки викликає схвалення. Дослідження питання про засоби інформаційного впливу та політичної мобілізації автором ґрунтується на використанні достатньо широкого добору методів, критико-діалектичний метод, наприклад, застосовувався з метою критичного аналізу сучасних інтернет-технологій, дослідження позитивних та негативних аспектів їхнього впливу. Запропоновані здобувачем заходи і пропозиції заслуговують на схвальну оцінку, виявляють достатньо добрий рівень фахової підготовки та здатність автора до наукових розвідок. Слід зазначити, що висновки та пропозиції П. М. Жеребкіна мають практичну цінність для організації управлінських процесів у сфері політичних технологій.

Питання, визначені в роботі, розкрито, але вона не позбавлена окремих недоліків. Автору слід було б звернути більшу увагу на вплив тенденції віртуалізації політичних процесів на формування політичної участі. Питання про сутність інформаційної епохи розкрито, однак, аспект формування глобального інформаційного простору не отримав достатньої уваги. У підрозділі 2.1. «Інтернет-технології у вимірі забезпечення політичної комунікації» доцільно було, навести приклади того як працюють технології, як це робить автор у підрозділі 2.2, визначаючи вплив інформаційних технологій, наводить конкретні приклади. Додавання статистичного матеріалу посилює висновки, які робить автор. Це не зменшує цінність самої роботи та не впливає на її цілісність.

У цілому кваліфікаційна робота бакалавра «Інтернет-технології у політичній сфері як засіб інформаційного впливу та політичної мобілізації» є

комплексним самостійним дослідженням, відповідає встановленим вимогам та заслуговує на оцінку «добре» (80 балів за 100-бальною шкалою), а її автор, Жеребкін Павло Максимович, гідний присвоєння кваліфікації бакалавра зі спеціальності 052 «Політологія» (ОПП «Політичні технології та аналіз політики»).

Керівник кваліфікаційної роботи:

д. політ. н., доц., професор
кафедри політології
Харківського національного

університету імені В. Н. Каразіна



Тетяна КОМАРОВА

РЕЦЕНЗІЯ
на кваліфікаційну роботу бакалавра
4-го курсу групи ОП-42 денної форми навчання
спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-професійної програми «Політичні технології та аналіз політики»
філософського факультету
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Жеребкіна Павла Максимовича
на тему: «Інтернет-технології у політичній сфері як засіб інформаційного
впливу та політичної мобілізації»

Кваліфікаційна робота П. М. Жеребкіна має актуальний характер тому, що інтернет-технології займають сьогодні важливе місце як засоби інформаційного впливу та політичної мобілізації. Сфера інтернет-технологій показує швидкісні зміни, велике розмаїття засобів інформаційно-комунікативного впливу. У контексті цифровізації політичних процесів дослідження П. М. Жеребкіна видається надзвичайно актуальним й практично значущим. Особливої уваги заслуговує те, що автор розглядає як форми політичних технологій інформаційного впливу, так і основні характеристики та специфіку інтернет-технологій у політичній сфері, акцентує увагу на завданнях інформаційного впливу та політичної мобілізації.

У першому розділі студент приділив значну увагу теоретичним засадам дослідження інтернет-технологій у політичній сфері, визначив основні підходи до розуміння політичних технологій, акцентував увагу на вимогах інформаційної епохи, достатньо докладно розглянув форми реалізації політичних технологій інформаційного впливу. Добре структурований і логічно вибудований аналіз охоплює достатній спектр джерел, серед яких сучасні українські й зарубіжні автори. Варто зазначити, що П. М. Жеребкін виявив здатність застосовувати необхідні методи, а саме порівняльний, системний, критично осмислювати ефективність форм реалізації політичних технологій інформаційного впливу.

У другому розділі кваліфікаційної роботи детально досліджено практику використання інтернет-технологій у політичній сфері як засобів інформаційного впливу та політичної мобілізації. Автор вірно визначає, що у цій сфері важлива не лише оперативність інформаційно-комунікативних впливів, а й особистісний характер комунікацій, широкі можливості неформального спілкування (та неформалізованого). Слід погодитись із висновком про те, що комунікації у мережі започатковують та сприяють реалізації політичних проєктів різного плану від акцій протесту, які почасти мають стихійний стимул, до політичних об'єднань, які набувають стійких формалізованих форм, створювати суспільно-політичні організації та рухи. Автор спрямовує свою увагу на те як засоби інтернет-технологій дозволяють визначати та формувати цільові групи,

справедливо зазначає, що інтернет-технології відрізняються від традиційних адресною спрямованістю, широкими можливостями пристосування політичних меседжів до вподобань та потреб різних груп населення.

Робота має практичну спрямованість: автор не лише описує, а й критично аналізує сучасні інтернет-технології у політичній сфері, пропонуючи рекомендації щодо особливостей їхнього використання. Варто також відзначити обсяг джерельної бази (72 найменування) та добру аргументацію, що базується на сучасних дослідженнях. Структура роботи є логічною, висновки відповідають поставленій меті й завданням. Автор продемонстрував здатність до системного аналізу, критичного мислення, узагальнення теоретичних підходів та їх застосування до вирішення прикладних завдань

Серед недоліків можна визначити те, що у першому розділі слід було б приділити більшу увагу особливостям впливу інформаційної епохи на перебіг формування політичних технологій та політичну сферу в цілому. У другому розділі корисним було б більш широке використання практичних прикладів, щодо оцінки ефективності інтернет-технологій. Доцільним було б структурування опрацьованого матеріалу за допомогою відповідних таблиць. Втім, ці моменти не знижують загального позитивного враження від роботи.

У цілому кваліфікаційна робота бакалавра **«Інтернет-технології у політичній сфері як засіб інформаційного впливу та політичної мобілізації»** повністю відповідає вимогам до бакалаврських робіт, демонструє високий рівень професійної підготовки здобувача й заслуговує на оцінку «добре» (75 балів за 100-бальною шкалою), а її автор, Жеребкін Павло Максимович, гідний присвоєння кваліфікації бакалавра зі спеціальності 052 «Політологія» (ОПП «Політичні технології та аналіз політики»).

Рецензент:

к. філос. н., доц., професор
кафедри філософії
Харківського національного
університету радіоелектроніки



Л. А. Тіхонова