

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Філософський факультет

Кафедра політології

**Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему **«Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в  
електоральних процесах та їхній вплив на виборців»**

Виконв: здобувач вищої освіти  
4 курсу групи ОП-42 денного відділення  
напряму підготовки 05 - "Соціальні та  
поведінкові науки"  
спеціальності 052 «Політологія»

ОПП «Політичні технології  
та аналіз політики»

Мирошніченко Антон Сергійович

Керівник: д. політ. н., професор

Комарова Тетяна Геннадіївна

Рецензент: к. філос. н., доц., професор

Л. А. Тіхонова

Харків – 2025 року

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна  
Філософський факультет  
Кафедра політології  
Спеціальність 052 Політологія  
Освітньо-професійна програма «Політичні технології та аналіз політик»  
Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**  
**Завідувач кафедри**

**О.А. ФІСУН**  
(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ (підпис)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_  
року

**ЗАВДАННЯ**  
**На кваліфікаційну роботу бакалавра**

Мирошниченка Антона Сергійовича

1. Тема роботи: «Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в електоральних процесах та їхній вплив на виборців»  
керівник роботи Комарова Тетяна Геннадіївна, д. політ. н., проф. кафедри політології  
затверджені наказом по університету від «22» березня 2024 року № 3801-5/795

2. Строк подання студентом роботи 30.04.2025

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Дослідити поняття, класифікацію та функції інформаційно-комунікативних засобів у електоральних кампаніях.
2. Проаналізувати психологічний та соціальний вплив виборчої комунікації на поведінку виборців у контексті сучасних інформаційних технологій.
3. Визначити специфіку використання традиційних та цифрових комунікаційних інструментів у виборчих процесах в Україні та зарубіжних країнах.
4. Встановити механізми та технології маніпулятивного впливу на виборця, включаючи використання нейролінгвістичного програмування та цифрових алгоритмів.

4. План роботи

№ з/п	Назва етапу роботи	Термін виконання етапу
1	Консультація з керівником щодо обрання теми роботи	30.09.2024
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	26.05.2025
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	13.06.2025

5. Дата видачі завдання 30.09.2024

Здобувач вищої освіти



А.С. Мирошніченко

Керівник роботи



Т.Г.Комарова

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

Направляється студент *Мирошніченко А.С.* до захисту бакалаврської роботи за спеціальністю 052 – політологія на тему: «*Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в електоральних процесах та їхній вплив на виборців*»

Бакалаврська робота і рецензія додаються.

Декан філософського факультету \_\_\_\_\_ Карпенко І. В.

**Довідка про успішність**

Студент *Мирошніченко А.С.* за період навчання на філософському факультеті з 2021 року по 2025 рік повністю виконала навчальний план за спеціальністю з таким розподілом оцінок за національною шкалою:

відмінно – \_\_\_\_\_%, добре – \_\_\_\_\_%, задовільно – \_\_\_\_\_%.

Фахівець 1 категорії  
навчального центру організації

освітнього процесу філософського факультету \_\_\_\_\_ Ревкова Н. Є.

**Висновок керівника бакалаврської роботи**

Студент *Мирошніченко А.С.* виконав бакалаврську роботу на тему «*Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в електоральних процесах та їхній вплив на виборців*» яка присвячена дослідженню ролі інформаційно-комунікативних інструментів у виборчих кампаніях та аналізу їхнього впливу на поведінку і рішення виборців.

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 *Мирошніченко А.С.* допускається до захисту роботи в Екзаменаційній комісії.

Зав. кафедри політології

\_\_\_\_\_

Фісун О.А.

## ЗМІСТ

<a href="#"><u>Зміст</u></a>	4
<a href="#"><u>Вступ</u></a>	5
<a href="#"><u>Розділ 1: Теоретичні основи використання інформаційно-комунікативних інструментів у виборчих кампаніях</u></a>	9
<a href="#"><u>1.1. Поняття, класифікація та функції інформаційно-комунікативних засобів у політичних процесах</u></a>	9
<a href="#"><u>1.2. Психологічний та соціальний вплив електоральної комунікації на виборчу поведінку громадян</u></a>	23
<a href="#"><u>Розділ 2: Практика застосування інформаційно-комунікативних інструментів у сучасних електоральних кампаніях</u></a>	35
<a href="#"><u>2.1. Аналіз використання традиційних та цифрових комунікаційних технологій у виборах (на прикладі України та зарубіжних країн)</u></a>	35
<a href="#"><u>2.2. Оцінка ефективності інформаційно-комунікативного впливу на виборців: інструменти мобілізації, маніпуляції та протидії</u></a>	48
<a href="#"><u>Висновки</u></a>	61
<a href="#"><u>Список використаних джерел</u></a>	66

## ВСТУП

Сучасний етап розвитку політичних процесів нерозривно пов'язаний із всеохопним проникненням інформаційно-комунікаційних технологій, які, охоплюючи широкий спектр інструментів від потужних комп'ютерних систем та глобальної мережі Інтернет до соціальних мереж та новітніх розробок у сфері штучного інтелекту, здійснюють фундаментальну трансформацію суспільних взаємодій, призводячи до руйнації застарілих форм комунікації та одночасного породження нових, що безпосередньо і значною мірою впливає на характер, динаміку та результати політичних процесів, а також на саму методологію їх наукового дослідження та аналізу, і це обґрунтовує нагальну потребу у вивченні даної проблеми саме зараз, оскільки прогресивний розвиток зазначених технологій не тільки сприяє підвищенню якості повсякденного життя громадян та оптимізації функціонування суспільних інститутів й відкриває значні, раніше недоступні, можливості для суттєвого розширення дослідницького потенціалу, особливо в такій динамічній та багатогранній галузі знань, як політична наука.

Суть проблемної ситуації полягає в тому, що сам процес комунікації в нинішніх суспільно-політичних умовах, по суті, виступає визначальним чинником, що зумовлює саму сутність та окреслює перспективи подальшого перебігу суспільно-політичного життя, а якісний рівень комунікаційних взаємодій перетворився на ключовий елемент успішності не тільки в площині глобальної політики, але й у процесах інституціоналізації національних політичних систем та організації електоральних процесів, що підкреслює своєчасність та значущість обраної теми для дослідження.

Ступінь вивченості теми роботи у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених демонструє, що низка дослідників приділяла увагу різним аспектам застосування інформаційно-комунікаційних технологій у політиці. Пан Чорненький О.О. у своїх працях розглядав використання засобів інформаційно-комунікаційних технологій в політологічних дослідженнях, наголошуючи на їх здатності посилювати ефективність та достовірність наукових висновків, а Шлемкевич досліджував політичну комунікацію як багатогранне явище, що структурує політичну діяльність та формує політичну свідомість, при цьому звертаючи увагу на роль новітніх засобів, таких як Інтернет та соціальні мережі. І таких робіт безліч.

Метою дослідження є комплексний аналіз теоретичних засад та практичного застосування інформаційно-комунікативних інструментів у сучасних виборчих кампаніях, а також оцінка їхнього психологічного та соціального впливу на виборчу поведінку громадян, зокрема в контексті України та зарубіжних країн, що передбачає дослідження теоретичних положень щодо поняття, класифікації та функцій цих інструментів, виявлення недоліків та проблем їх використання, а також формулювання узагальнень щодо ефективності їхнього впливу.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- дослідити поняття, класифікацію та функції інформаційно-комунікативних засобів у політичних процесах, що включає аналіз традиційних та новітніх цифрових інструментів, а також їхню роль у формуванні політичної свідомості та громадської думки.

- проаналізувати психологічний та соціальний вплив електоральної комунікації на виборчу поведінку громадян, розглядаючи механізми

сприйняття інформації, роль партійної ідентифікації та вплив маніпулятивних технологій

- здійснити аналіз використання традиційних та цифрових комунікаційних технологій у виборах на прикладі України та зарубіжних країн, вивчаючи практику застосування різних виборчих технологій, включаючи інтернет-голосування та соціальні медіа.

- оцінити ефективність інформаційно-комунікативного впливу на виборців, розглядаючи інструменти мобілізації, маніпуляції та протидії, зокрема в контексті поширення дезінформації та пропаганди.

Об'єктом дослідження є процес використання інформаційно-комунікативних інструментів у виборчих кампаніях та їхній вплив на політичні процеси і поведінку громадян.

Предметом дослідження виступають теоретичні основи, практичні аспекти застосування, а також психологічні та соціальні механізми впливу традиційних та цифрових інформаційно-комунікативних інструментів на виборчу поведінку в сучасних електоральних кампаніях.

При проведенні дослідження було використано наступні методи: системний підхід дозволив розглянути інформаційно-комунікативні інструменти як складну систему взаємопов'язаних елементів, що функціонують у політичному просторі. Порівняльний аналіз застосовувався для зіставлення практик використання комунікаційних технологій у виборчих кампаніях в Україні та зарубіжних країнах, а також для порівняння ефективності традиційних та цифрових інструментів. Інституційний метод допоміг дослідити роль політичних інститутів, таких як політичні партії, ЗМІ та органи адміністрування виборів, у використанні та регулюванні інформаційно-комунікативних технологій. Аналіз документів, зокрема наукових публікацій, звітів міжнародних організацій та законодавчих актів, дозволив зібрати та систематизувати інформацію з

досліджуваної теми. Контент-аналіз застосовувався для вивчення змісту повідомлень у ЗМІ та соціальних мережах під час виборчих кампаній. Історичний метод використовувався для простеження еволюції виборчих технологій та їхнього впливу на політичні процеси. Методи узагальнення та синтезу дозволили сформулювати висновки та рекомендації на основі проведеного аналізу.

У першому розділі, Теоретичні основи використання інформаційно-комунікативних інструментів у виборчих кампаніях, розглядаються поняття, класифікація та функції інформаційно-комунікативних засобів у політичних процесах, а також аналізується психологічний та соціальний вплив електоральної комунікації на виборчу поведінку громадян, причому основна увага приділяється трансформації комунікаційних процесів під впливом цифрових технологій, багатогранності функцій цих засобів від інформаційної до маніпулятивної, та психологічним механізмам сприйняття електоральних повідомлень, включаючи роль партійної ідентифікації та вразливості до маніпуляцій. Другий розділ, Практика застосування інформаційно-комунікативних інструментів у сучасних електоральних кампаніях, присвячений аналізу використання традиційних та цифрових комунікаційних технологій у виборах на прикладі України та зарубіжних країн, а також оцінці ефективності інформаційно-комунікативного впливу на виборців, де досліджується досвід впровадження інтернет-голосування, використання соціальних медіа, брудних технологій, а також інструменти мобілізації, маніпуляції та стратегії протидії дезінформації.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 50 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 71 сторінка, з яких основного тексту – 61 сторінка.

# **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ**

## **1.1. Поняття, класифікація та функції інформаційно-комунікативних засобів у політичних процесах**

Сучасний етап розвитку політичних процесів нерозривно пов'язаний із всеохопним проникненням інформаційно-комунікаційних технологій, які, охоплюючи широкий спектр інструментів від потужних комп'ютерних систем та глобальної мережі Інтернет до соціальних мереж та новітніх розробок у сфері штучного інтелекту, здійснюють фундаментальну трансформацію суспільних взаємодій, призводячи до руйнації застарілих форм комунікації та одночасного породження нових, що безпосередньо і значною мірою впливає на характер, динаміку та результати політичних процесів, а також на саму методологію їх наукового дослідження та аналізу. Прогресивний розвиток зазначених технологій не тільки сприяє підвищенню якості повсякденного життя громадян та оптимізації функціонування суспільних інститутів, але й відкриває значні, раніше недоступні, можливості для суттєвого розширення дослідницького потенціалу, особливо в такій динамічній та багатогранній галузі знань, як політична наука, де сучасна комп'ютерна техніка та програмне забезпечення надають дослідникам інноваційні інструменти для ефективного збору, ретельного аналізу, систематизації та всебічної перевірки емпіричних даних (Чорненький, 2022: 39). Сам процес комунікації в нинішніх суспільно-політичних умовах, по суті, виступає визначальним чинником, що зумовлює саму сутність та окреслює перспективи подальшого перебігу суспільно-політичного життя, а якісний рівень комунікаційних взаємодій перетворився на ключовий елемент успішності не тільки в площині глобальної політики при формуванні та розбудові складних міжнародних відносин, але й у процесах інституціоналізації національних політичних

систем, оптимізації механізмів місцевого самоврядування, організації та проведення електоральних процесів, а також у сприянні розвитку інститутів громадянського суспільства та підвищенні рівня політичної участі громадян (Шлемкевич, 2020: 18).

Новітні інформаційні технології, особливо ті, що функціонують на базі Інтернету та мобільних платформ, справляють значний, а подекуди й моделюючий, вплив на складний процес формування політичної свідомості, особливо серед молодого покоління, для якого питання гарантування демократичних свобод та забезпечення ефективності суспільного контролю за діяльністю владних інститутів є надзвичайно важливими, і цей вплив досягається за допомогою використання різноманітних комунікаційних каналів, які забезпечують широке охоплення аудиторії та оперативне висвітлення політичних подій. Політична комунікація, що розглядається як цілеспрямований процес генерації, передачі, обміну та інтерпретації політично значущої інформації, не просто супроводжує політичну діяльність, а й активно структурує її, надаючи їй нового змісту та значення, виступаючи при цьому своєрідним соціально-інформаційним полем, в якому розгортається політика, та потужним інструментом формування індивідуальної та колективної політичної свідомості (Beschasnaya, Sidorov, 2019: 180). Запровадження та поширення інформаційно-комунікаційних технологій у демократичних процесах призвело до радикальної трансформації самого обличчя політичної залученості громадян, сприяло підвищенню рівня прозорості діяльності державних органів та покращило загальну ефективність системи державного управління, причому такі цифрові інструменти, як соціальні медіа, системи електронного голосування, онлайн-петиції та різноманітні платформи електронного уряду, суттєво переформатували механізми громадянської участі, зробивши взаємодію громадян з державними установами більш доступною, інтерактивною та інклюзивною. Важливо підкреслити, що

інформаційно-комунікаційні технології не лише розширюють арсенал методологічних підходів, доступних політологам для проведення досліджень, а й суттєво посилюють їхню загальну ефективність та підвищують ступінь достовірності отриманих наукових висновків, що є незаперечним свідченням їхнього глибокого та всебічного проникнення в практику аналізу складних політичних явищ та процесів (Чорненький, 2022: 38).

Концептуалізація феномену політичної комунікації вимагає усвідомлення її як надзвичайно багатогранного явища, що охоплює не лише вербальні та невербальні засоби встановлення та підтримки контактів між політичними акторами, але й різноманітні політичні акти, такі як організація бойкотів, проведення демонстрацій чи участь у протестних рухах, перетворюючи при цьому саму мову на політичну тоді, коли політичні агенти використовують її для спілкування на політично значущі теми з метою досягнення певних політичних цілей (Шлемкевич, 2020: 30-31). Глибше розуміння комунікації як цілеспрямованого процесу встановлення усвідомлених та значущих контактів між комунікаторами, що передають інформацію, та реципієнтами, що її сприймають та інтерпретують, підкреслює активну, а не пасивну, роль усіх без винятку учасників інформаційного обміну в політичній сфері (Шлемкевич, 2020: 137). У цьому специфічному контексті, інформаційні потоки, що циркулюють між різними політичними та соціальними системами, можуть виступати як своєрідним гальмом, що стримує або уповільнює соціальні дії та зміни, так і потужним каталізатором, що їх суттєво прискорює та інтенсифікує, наочно демонструючи унікальну здатність комунікації викликати як конструктивні та консолідуючі, так і деструктивні та роз'єднуючі дії з боку її численних учасників. Масова комунікація, що визначається як систематичне та цілеспрямоване розповсюдження спеціально підготовлених та структурованих повідомлень за допомогою

різноманітних технічних засобів, має на меті здійснення впливу на установки, поведінкові моделі, думки й оцінки широких верств населення, паралельно поширюючи знання про об'єктивну дійсність, виконуючи важливі освітньо-виховні функції та сприяючи соціальному регулюванню, а також транслуючи культурні цінності та норми (Остапенко, 2012: 136 - 138). Сучасна політична комунікація, особливо в умовах формування та розвитку цифрового суспільства, набула якісно нового виміру, що характеризується не лише технологічними інноваціями, але й суттєвим теоретичним оновленням дослідницького апарату, яке дозволяє включати до наукового обігу такі актуальні поняття, як технополітика та алгоритмічна політична комунікація; при цьому технополітика стосується стратегічного використання різноманітних цифрових платформ та інструментів для ініціювання, розвитку та ведення політичного чи електорального протистояння, тоді як алгоритмічна політична комунікація характеризується такими рисами, як мікросегментація аудиторії та автоматизоване, часто персоналізоване, розповсюдження контенту за допомогою складних алгоритмів (López-López, Barredo-Ibáñez, Jaráiz-Gulías, 2023: 1).

Класифікація розмаїття засобів інформаційно-комунікаційних технологій, що застосовуються в сучасній політиці, може здійснюватися на основі різних критеріїв, враховуючи їхню технологічну природу, специфіку способу передачі інформації, функціональне призначення та сферу практичного застосування. Зражевська (2010: 5-9, 26-42), у своїй праці курсі охоплює надзвичайно широкий спектр відповідних інструментів та підходів, починаючи від фундаментальних принципів організації комунікативного простору, що включають символічну, візуальну, подієву, міфологічну та власне комунікативну організацію, до розгляду специфічних політичних технологій, антикризових комунікаційних стратегій, технік медіації та посередництва, а також методів ведення інформаційних війн та протиборства, що яскраво демонструє багатогранність та комплексність

наявного інструментарію впливу. Смолянюк та інші дослідники. (2021: 3-4, 20-279), пропонують їх систематизацію за змістовним наповненням, виокремлюючи такі ключові категорії, як інформаційні технології, інформаційно-психологічні технології, PR-технології, так звані технології зв'язків з громадськістю, електоральні технології, маніпулятивні технології, технології політичного маркетингу, мережеві технології, технології легітимації та делегітимації влади, технології розпалювання сепаратизму, технології стимулювання та спрямування політичної участі, а також комплексні технології керованих змін політичних систем, що часто отримують назву кольорових революцій. Такий класифікаційний підхід дозволяє більш чітко структурувати розуміння наявних засобів впливу відповідно до їхньої конкретної функціональної спрямованості та ролі у складних владних процесах та політичній боротьбі.

Загалом, інформаційно-комунікаційні засоби, що використовуються в політиці, можна умовно поділити на традиційні та новітні, або цифрові. До категорії традиційних засобів належать друковані засоби масової інформації, такі як газети та журнали, радіомовлення та телебачення, які протягом тривалого історичного періоду залишалися основними та домінуючими каналами поширення політично значущої інформації та відігравали ключову роль у формуванні громадської думки з актуальних політичних питань (Потіха, 2023: 9-10, 38-39). Новітні ж засоби, що з'явилися та набули поширення з розвитком цифрових технологій, охоплюють передусім глобальну мережу Інтернет, зокрема інформаційні веб-сайти, популярні соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram, Telegram та інші, персональні та колективні блоги, тематичні онлайн-форуми, мобільні месенджери та численні інші онлайн-платформи, які забезпечують високий рівень інтерактивності, надзвичайну швидкість поширення інформації, можливість точного таргетування аудиторії та двосторонній характер комунікації (Шлемкевич, 2020: 114-119; Council of

Europe, 2017: 4-5; Смолянук та ін., 2021: 198-205). Потіха (2023: 94-97), у своєму дослідженні, детально аналізує еволюцію партійних засобів масової комунікації як важливого каналу соціальної та політичної комунікації, простежуючи трансформацію від традиційних газетних фондів, що зберігалися в бібліотеках, до сучасних електронних засобів масової комунікації, які створюються та підтримуються політичними партіями, що наочно свідчить про неперервну еволюцію комунікаційних засобів залежно від невідомого технологічного розвитку та змін у медіаспоживанні.

Класифікувати комунікаційні технології можна також за способом та характером їхнього впливу на аудиторію; таким чином, вони можуть бути поділені на ті, що переважно спрямовані на раціональне переконання цільової аудиторії, це передбачає надання об'єктивних фактів, логічних аргументів, аналітичних матеріалів та експертних оцінок), та ті, що апелюють насамперед до емоційної сфери людини, це включає активне використання символів, образів, архетипів, міфів, створення певного емоційного фону для сприйняття інформації, а також застосування різноманітних маніпулятивних технік та психологічних прийомів (Зражевська, 2010: 140-145; Смолянук та ін., 2021: 42-45, 140-155). Чорненький (2022: 40-41), розглядаючи новітні методи політологічних досліджень, згадує симуляційне або імітаційне моделювання та метод автономних адаптивних агентів як перспективні інструменти для прогнозування можливого перебігу політичних подій та аналізу поведінки складних політичних систем, що, по суті, є специфічним видом інформаційно-аналітичних технологій, які знаходять своє застосування і в практичній політиці. Поряд із цим, виділяється такий інноваційний метод, як текст як дані, що дозволяє здійснювати автоматизований збір, обробку та аналіз великих масивів текстової інформації, і є особливо корисним для проведення порівняльних досліджень у політології, аналізу політичного дискурсу та моніторингу громадської думки (Чорненький, 2022: 42).

Функціональний спектр інформаційно-комунікативних засобів у складній тканині політичних процесів є надзвичайно широким, різноманітним та багатогранним, охоплюючи як конструктивні, так і потенційно деструктивні аспекти політичної взаємодії та впливу. Однією з найбільш фундаментальних та ключових функцій є, безперечно, інформаційна функція, що полягає у зборі, обробці, зберіганні та цілеспрямованому поширенні знань та відомостей про політичну систему, її окремі елементи та інститути, про діяльність різноманітних політичних акторів (державних діячів, політичних партій, громадських організацій), про актуальні події внутрішньої та зовнішньої політики, а також про нагальні суспільно-політичні. Ця важлива функція включає забезпечення для громадян вільного та неупередженого доступу до суспільно значущої публічної інформації, що є фундаментальною передумовою для реалізації принципів прозорості, відкритості та підзвітності влади перед суспільством (Шлемкевич, 2020: 88-89). Глобальна мережа Інтернет, наприклад, надала громадянам безпрецедентні за своїм обсягом та доступністю можливості для отримання інформації про виборчі процеси, програми кандидатів та діяльність політичних партій, а також дозволила їм вільно висловлювати свої власні думки, безпосередньо взаємодіяти з кандидатами та політиками через онлайн-платформи та брати активну участь у різноманітних формах виборчих кампаній (Council of Europe, 2017: 3-4).

Наступною за значущістю є комунікативна функція, яка забезпечує встановлення та підтримку багатостороннього взаємозв'язку між різними суб'єктами політичного процесу: між органами державної влади та суспільством в цілому, між політичними партіями та їхнім потенційним електоратом, між різними групами інтересів та лобістськими структурами, а також всередині самих цих груп (Потіха, 2023: 38 – 39, 45). Ця функція реалізується через організацію та проведення публічних діалогів,

суспільних обговорень, політичних дебатів, форумів та консультацій, що сприяє ефективній артикуляції та подальшій агрегації різноманітних суспільних інтересів та потреб. Політична комунікація, як така, структурує та впорядковує політичну діяльність, надаючи їй нового сенсу та суспільного значення, виступаючи при цьому своєрідним всеохопним соціально-інформаційним полем, в якому розгортаються та взаємодіють усі політичні сили (Шлемкевич, 2020: 28-29). Зражевська (2010: 5-7), у своїх працях, особливо наголошує на важливості належної організації комунікативного простору як необхідної базової умови для ефективного застосування найрізноманітніших комунікаційних технік та технологій впливу.

Функція політичної соціалізації відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні неперервності та наступності політичної культури суспільства, полягаючи у передачі політичних норм, усталених цінностей, накопичених знань та апробованих моделей політичної поведінки від одного покоління громадян до іншого, а також у поступовому та цілеспрямованому залученні нових членів суспільства до активного політичного життя та участі у прийнятті рішень (Шлемкевич, 2020: 68, 72; Смолянчук та ін., 2021: 9-11). Засоби масової інформації та новітні інформаційно-комунікаційні технології відіграють дедалі вагомішу роль у складних процесах формування політичної свідомості, політичних переконань та загальної політичної культури громадян, особливо молодого покоління, яке є найбільш активним споживачем цифрового контенту (Beschasnaya, Sidorov, 2019: 180, 182). Мобілізаційна функція яскраво проявляється у здатності інформаційно-комунікаційних засобів ефективно спонукати громадян до здійснення певних конкретних політичних дій, таких як активна участь у виборах та референдумах, відвідування мітингів та демонстрацій, участь у протестних акціях, підтримка громадських ініціатив та волонтерських рухів (Council of Europe, 2017: 4, 13; Asimakopoulos et al., 2025: 2, 4). Соціальні

мережі та онлайн-платформи демонструють особливо високу ефективність у мобілізації молодіжних аудиторій та у сприянні виникненню спонтанних публічних дискусій та різноманітних форм онлайн-активізму, що можуть переростати в офлайн-дії.

Регулятивна функція інформаційно-комунікаційних засобів пов'язана з їхньою унікальною здатністю активно впливати на формування та динаміку громадської думки, визначати та встановлювати пріоритети на порядку денному суспільно-політичного життя (agenda-setting) та значною мірою регулювати напрямки та характер політичного дискурсу в суспільстві (Шлемкевич, 2020: 68, 75-76; Зражевська, 2010: 120-125). Масова комунікація, зокрема через діяльність традиційних та нових медіа, сприяє цілеспрямованому формуванню громадської думки шляхом систематичного впровадження у масову свідомість певних оцінок актуальних подій та суспільних явищ, які визнаються значущими та релевантними з погляду інтересів та цілей поточних впливових акторів політичної діяльності (Beschasnaya, Sidorov, 2019: 180-181). Контрольна функція, яку часто називають функцією "сторожового пса демократії", забезпечується через постійний моніторинг та критичний аналіз діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування з боку незалежних засобів масової інформації та інститутів громадянського суспільства, що, у свою чергу, сприяє підвищенню рівня прозорості, підзвітності та відповідальності влади перед громадянами (Потіха, 2023: 7-8; Смолянук та ін., 2021: 274-276).

Інформаційно-комунікаційні засоби та технології виконують також важливу інтеграційну або, за певних умов, дезінтеграційну функцію в суспільстві, сприяючи об'єднанню та консолідації суспільства навколо спільних національних ідей, демократичних цінностей та стратегічних цілей розвитку, або, навпаки, за певних обставин, поглиблюючи наявні суспільні розколи, посилюючи соціальну напруженість та розпалюючи

конфлікти на різному ґрунті (Шлемкевич, 2020:78-79). Сучасні високошвидкісні технології обміну інформацією та глобальний характер інформаційного простору створили безпрецедентний потенціал для виникнення резонансу інформаційних та політичних подій, що, з одного боку, висуває нагальну потребу в індивідуальній та колективній самоідентифікації особистостей та соціальних груп, а з іншого – посилює як інтеграційні, так і, навпаки, дезінтеграційні процеси всередині суспільства та на міжнародній арені. Особливо гостро ця проблема постає у зв'язку з масовим поширенням дезінформації, пропаганди, маніпулятивних наративів та так званих фейкових новин, які здатні суттєво поляризувати суспільство, посіяти недовіру до демократичних інститутів та легітимних джерел інформації, та навіть дестабілізувати політичну ситуацію (Council of Europe, 2017: 5, 15-16)

Маніпулятивна функція інформаційно-комунікаційних засобів є однією з найбільш суперечливих та потенційно небезпечних, оскільки вона передбачає здійснення прихованого, неявного впливу на свідомість, переконання та поведінку громадян з метою досягнення певними політичними силами або групами впливу своїх власних, часто вузькокорисливих, політичних цілей, нерідко всупереч об'єктивним інтересам самих громадян або суспільства в цілому (Зражевська, 2010: 43-45, 140-142; Смолянюк та ін., 2021: 140-143, 150-155). Такий вплив може включати цілеспрямоване поширення викривленої інформації, відвертої пропаганди, дезінформаційних кампаній, а також широке використання різноманітних психологічних прийомів, нейромаркетингових технік та технологій програмування суспільної свідомості. Дослідження, проведене Радою Європи, наприклад, чітко вказує на значні ризики, пов'язані з використанням технологій мікротаргетингу та аналізу великих обсягів особистих даних громадян для здійснення персоналізованого впливу на виборців під час електоральних кампаній, що може підривати принципи

вільного та усвідомленого волевиявлення (Council of Europe, 2017: 14-15). Політичні технології, особливо ті, що активно застосовуються в контексті напружених електоральних змагань, досить часто вдаються до використання широкого арсеналу маніпулятивних прийомів та брудних технологій (Смолянюк та ін., 2021: 106-108, 112-115).

Не можна оминати увагою й таку важливу функцію, як забезпечення та підтримка легітимації існуючої політичної влади, в рамках якої комунікаційні засоби та технології активно використовуються для конструювання та просування позитивного іміджу владних інститутів та окремих політичних лідерів, для роз'яснення та виправдання їхніх політичних рішень та дій, а також для здобуття та розширення суспільної підтримки їхнього курсу. З іншого боку, ці ж самі засоби та технології можуть ефективно слугувати потужним інструментом для делегітимації політичних опонентів, дискредитації їхніх програм та підриву довіри до них з боку виборців. Стрімкий розвиток та повсюдне впровадження інформаційно-комунікаційних технологій не лише трансформує саму політичну практику, а й значною мірою розширює методологічний інструментарій сучасних політологічних досліджень, суттєво підвищуючи їхню загальну ефективність, глибину аналізу та ступінь достовірності отриманих наукових висновків, що, у свою чергу, дозволяє більш комплексно та об'єктивно аналізувати складні політичні процеси, прогнозувати їхній розвиток та вивчати поведінку різноманітних політичних акторів. Використання методів симуляційного моделювання, зокрема, відкриває унікальні можливості для сценарного прогнозування ймовірного перебігу ключових політичних подій, для тестування різних політичних стратегій та для поглибленого аналізу складних динамічних систем, в яких рішення, прийняті на мікрорівні окремими акторами, можуть мати значні та не завжди передбачувані наслідки для всієї політичної системи загалом (Чорненький, 2022: 38, 40-41).

Активне та всебічне застосування інформаційно-комунікаційних технологій в організації та проведенні електоральних кампаній докорінно змінило традиційні способи та механізми взаємодії політичних акторів, тобто кандидатів, партій, штабів з виборцями, пропонуючи їм нові, більш ефективні та часто менш витратні можливості для політичної мобілізації, оперативного інформування цільових аудиторій та здійснення цілеспрямованого впливу на електоральні настрої (Council of Europe, 2017: 12-14; Шлемкевич, 2020: 155-159). Глобальна мережа Інтернет та надзвичайно популярні соціальні мережі дозволяють політичним партіям та окремим кандидатам встановлювати прямий, безпосередній контакт з електоратом, оминаючи при цьому традиційні медіа-посередники, такі як телебачення чи преса, та активно використовувати технології таргетованої реклами для максимально точного охоплення конкретних демографічних, соціальних чи ідеологічних груп виборців. Істотне зменшення фінансової вартості політичної комунікації через використання цифрових каналів та платформ є особливо вигідним для менших за розміром та ресурсами політичних партій, а також для незалежних кандидатів, які мають обмежені бюджети на проведення своїх кампаній. Проте, ця масштабна трансформація виборчих процесів під впливом цифрових технологій несе в собі й низку суттєвих викликів та потенційних загроз, які пов'язані, зокрема, з небезпекою неконтрольованого поширення дезінформації та чорного PR, з можливістю маніпулювання громадською думкою через використання ботоферм та прихованої реклами, з актуальними проблемами забезпечення кібербезпеки виборчих систем та баз даних, а також із необхідністю гарантування повної прозорості та підзвітності фінансування онлайн-компонентів політичних кампаній (Council of Europe, 2017: 15-21; López-López, Barredo-Ibáñez, Jaráiz-Gulías, 2023: 4-6).

Інформаційні технології також відіграють дедалі більш важливу та незамінну роль у повсякденному функціонуванні сучасних держав через

розбудову та вдосконалення комплексних систем електронного урядування, які спрямовані на суттєве підвищення ефективності та якості надання державних послуг населенню та бізнесу, на кардинальне покращення взаємодії та комунікації між різними державними органами та громадянами, а також на значне підвищення рівня прозорості, відкритості та підзвітності уряду перед суспільством. Спеціалізовані платформи електронної демократії, такі як системи електронних петицій, онлайн-консультацій та громадських обговорень законопроектів, надають громадянам зручні та доступні інструменти для безпосередньої участі в обговоренні актуальних політичних питань, для висловлення своїх пропозицій та зауважень, для подання колективних звернень та петицій, а в деяких випадках навіть для участі в певних формах прийняття важливих управлінських рішень, що загалом сприяє поступовому розвитку та поглибленню принципів партисипативної демократії та залучення громадян до управління державними. Разом з тим, реальна ефективність та дієвість цих інноваційних цифрових інструментів значною мірою залежить від успішного подолання так званого цифрового розриву, тобто нерівності в доступі до технологій та Інтернету, від забезпечення широкого та рівного доступу до сучасних технологій для всіх без винятку верств населення, незалежно від їхнього соціального статусу, віку чи місця проживання, а також від систематичного підвищення рівня цифрової грамотності та медіакультури громадян (Asimakopoulou 2025: 4-5; Council of Europe, 2017: 17; Зражевська, 2010: 180-182).

З невинним розвитком та все ширшим впровадженням технологій штучного інтелекту та методів аналізу великих даних у політичній сфері з'являються якісно нові, раніше не бачені, можливості для глибинного аналізу складних політичних процесів, для більш точного прогнозування суспільних настроїв та електоральної поведінки, для виявлення прихованих тенденцій та закономірностей, а також для здійснення надзвичайно точної

персоналізації політичної комунікації та рекламних кампаній, хоча таке використання передових технологій також неминуче породжує цілий комплекс складних етичних питань та суспільних дилем, що стосуються, зокрема, захисту приватності особистих даних громадян, забезпечення прозорості та підзвітності алгоритмів, а також потенціалу для витончених маніпуляцій суспільною свідомістю та політичним вибором. Важливо усвідомлювати, що самі по собі технології не є абсолютно нейтральними інструментами; їхній дизайн, архітектура, функціональні можливості та практичне застосування завжди відображають певні суспільні цінності, політичні інтереси та ідеологічні настанови їхніх розробників та користувачів, і, відповідно, їхній реальний вплив на політичні процеси, демократичні інститути та громадянське суспільство може бути як переважно позитивним та конструктивним, так і значною мірою негативним та деструктивним, залежно від конкретного соціально-політичного контексту, наявних регуляторних механізмів, рівня суспільного контролю та етичних стандартів, що застосовуються (Політичний маркетинг: технологічні аспекти, Смолянюк та ін., 2021: 4-5; Зражевська, 2010: 3, 200-201).

## **1.2. Психологічний та соціальний вплив електоральної комунікації на виборчу поведінку громадян**

Психологічний та суспільний вплив виборчої комунікації на електоральну поведінку громадян окреслюється як надзвичайно складне та багатогранне явище. Воно проникає в усі шари суспільної свідомості й індивідуального сприйняття, формуючи не тільки реакції на політичні стимули, а й глибинні ціннісні орієнтації та стійкі патерни політичної участі. Вивчення цього впливу вимагає міждисциплінарного підходу, який поєднує знання з політології, соціології, соціальної психології та комунікативістики. Дослідження виборчого процесу, як підкреслює Остапець, має велике значення для розуміння політичних відносин у суспільстві. Поведінка виборців, зокрема їх участь у виборчій кампанії та сам акт голосування, є специфічним типом політичної поведінки, що демонструє найвищий рівень політичної активності порівняно з іншими періодами функціонування політичної системи. Отже, дослідження електоральної поведінки дозволяє аналізувати політичні явища і процеси, які часто залишаються поза увагою за звичайних умов, що робить електоральну поведінку об'єктом прискіпливого вивчення в політичній науці та соціології (Остапець: 1).

Виборча комунікація, здійснювана через різні канали, зокрема засоби масової інформації, або мас-медіа, є потужним інструментом формування суспільної свідомості та впливу на електоральні преференції. ЗМІ, охоплюючи пресу, інтернет, телебачення, радіо та інші форми, не тільки передають та зберігають інформацію, але й активно конструюють політичну реальність для значної частини громадян. Вплив ЗМІ на електорат, за словами Фарафонові, є феноменом формування суспільної свідомості, оскільки вони здатні формувати емоції громадян, громадські думки та поведінкові моделі, властиві їх цільовій аудиторії (Фарафорова, 2023: 89, 90 - 96). Цей вплив часто має прихований характер, реалізуючись

через маніпулятивні технології, спрямовані на створення міфів, формування образу ворога, нав'ювання стереотипів і, як наслідок, програмування активності або пасивності електорату. У цьому контексті, методи соціально-психологічного впливу на електорат, включаючи маніпулювання масовою свідомістю, стають все більш поширеними виборчими технологіями, що за своєю складністю та скоординованістю наближаються до психологічних операцій. Спроби кожного кандидата чи політичної сили вкласти у свідомість електорату вигідні їм ідеї, погляди та цінності стикаються з інформаційним перенасиченням виборчого поля, що зменшує ефективність сприйняття на свідомому рівні та спонукає політтехнологів звертатися до впливу на підсвідомість (Кочубей, 2004: 99).

Інтернет-технології та соціальні мережі докорінно змінили ландшафт електоральної комунікації, надавши політикам прямий доступ до аудиторії без посередництва традиційних ЗМІ, та водночас піддавши самі електоральні кампанії медіатизації, тобто необхідності враховувати логіку медіа та соціальних медіа. Це спричинило певну "розважалізацію" політики, де межі між політичним дискурсом і розважальним контентом стають все більш розмитими, а смішні картинки та відео відіграють значну роль, починаючи ще з кампанії Обама у 2008 році. Українські соціальні мережі, які стали полігоном для вивчення комунікацій у мінливому середовищі, зокрема в політичному дискурсі, продемонстрували свою мобілізаційну силу під час Революції Гідності, допомагаючи в організації протестів та формуванні ідентичності. Проте, як показав аналіз президентських виборів 2019 року, український онлайн-простір також виявився вразливим до поширення фільтр-бульбашок, негативних кампаній, фейкових новин та теорій змови, що нагадує тенденції, які спостерігалися під час кампанії Трампа у 2016 році, причому феномен неволодіння порядком денним, продемонстрований Володимиром Зеленським, який здобув перемогу без чітко окреслених програмних позицій, свідчить про

можливість подолання ідеологічного впливу за умови застосування механізму покарання до старих політиків (Zakharchenko 2019: 1 – 7 ). Психологічні механізми сприйняття електоральної комунікації тісно пов'язані з індивідуальними когнітивними процесами та соціально-психологічними установками. Нейролінгвістичне програмування, як комунікаційна технологія, що застосовується у виборчих кампаніях, спрямована на оптимізацію спілкування та вплив на підсвідомість виборців через такі методи, як 25-й кадр, лінія часу, тобто розміщення фотографій кандидатів у правому верхньому кутку плаката, що асоціюється з майбутнім, якоріння, це штучне пробудження спогадів та емоцій та використання субмодальностей для кодування та декодування інформації. Ефективність НЛП залежить від дотримання певних правил, як-от: максимальна невизначеність висловлювань, уникнення слів-заперечень, плавне мовлення, використання запитань-ярликів та трюїзмів, проте надмірний тиск на підсвідомість може викликати опір та бажання заперечити, а саме НЛП без поєднання з іншими технологічними засобами не гарантує бажаного результату (Кочубей, 2004: 102).

Здатність аудиторії вибірково сприймати інформацію, відбираючи лише відомості, які узгоджуються з наявними уявленнями, і відкидаючи суперечливі, створює сприятливі умови для маніпулювання стереотипами та очікуваннями електорату (Кочубей, 2004: 103). Політтехнологи часто використовують цю особливість, формуючи імідж кандидата, який би відповідав очікуванням виборців, іноді нав'язуючи вигідну політикам модель реальності, яка позитивно сприймається населенням, особливо якщо вдається приглушити критичне мислення та активізувати аутиїстичне, тобто таке, що орієнтоване на приємні уявлення про дійсність (Кара-Мурза, 2000: 254). Психологічні прийоми в політиці, як зазначав Сергієнко Н., нерідко роблять неправдоподібність обіцянок непомітною для публіки, оскільки її віра в лідера підживлюється глибинними надіями та страхами, а

не раціональною оцінкою (Сергієнко, 2006: 87). Ефект дримаючої пам'яті, коли інформація, спочатку сприйнята з недовірою, після багаторазових повторень закріплюється і сприймається як достовірна, також є одним з інструментів психологічного впливу в електоральній комунікації. Партийна ідентифікація, яка визначається як відчуття приналежності індивіда до референтної політичної групи та лояльність до її лідерів, виступає важливим фактором структурування політичних орієнтацій громадян та прогнозування їхнього електорального вибору, хоча її значущість у пострадянських країнах є предметом дискусій через брак тривалих електоральних традицій та розвиненої політичної культури. В українському контексті, як зауважує Попова, ідентифікація часто відбувається не стільки з певною ідеологічною течією, скільки з ціннісними та світоглядними орієнтаціями конкретної особи, що представляє цю течію. Розрізняють зовнішню партійну ідентифікацію, що використовується прагматично для досягнення особистих цілей, та внутрішню, засновану на глибинних переконаннях та мотиві соціальної компетентності, причому остання може не супроводжуватися формальним членством у партії, але визначати відповідальний та аргументований електоральний вибір. За рівнем стійкості виділяють ситуативну ідентифікацію, що піддається маніпулятивним впливам, та надситуативну, яка спирається на набутий політичний досвід і є більш стійкою до зовнішніх впливів (Циганенко, 2004: 1 - 3).

Соціально-психологічний підхід до вивчення електоральної поведінки, як підкреслює праця Кочубей, сформувався у 60-х роках ХХ століття, завдяки дослідженню Мічиганського університету, які змістили акцент з самого голосування на фактори, котрі впливають на вибір громадян. Цей підхід доповнює соціологічний, який, за Лазарсфельдом, Берельсоном та Годе, пояснює вибір виборців їхньою належністю до великих соціальних груп та солідарністю з ними, та раціонально-інструментальний підхід, представлений Ентоні Даунсом, що

розглядає виборця як раціонального суб'єкта, який прагне максимальної власної вигоди. В українському контексті, де електоральна поведінка часто є непередбачуваною через соціально-економічну та політичну нестабільність (Сав'як, 2015: 50), а також через низьку партійну ідентифікацію та високий рівень недовіри до політичних інституцій, психологічні та соціальні аспекти комунікації набувають особливої ваги. Електоральна диференціація України, що виявляється в стійких регіональних відмінностях у голосуваннях, зумовлена комплексом історичних, етнокультурних, мовних та соціально-економічних чинників, які активно використовуються в електоральній комунікації для мобілізації конкретних сегментів електорату, безумовно, розуміння цих комплексних взаємозв'язків між комунікаційними стратегіями, психологічними особливостями сприйняття та соціальним контекстом є ключовим для адекватного аналізу виборчої поведінки громадян (Мельниченко, Акімова, 2014: 77)

Політична комунікація в сучасному світі, як зазначає Фарафонова, нерозривно пов'язана з виборами, що потребують політичного вибору, який є основою демократії, а дослідження електоральної поведінки з позицій філософії є важливим напрямком вивчення свідомості виборців, оскільки філософські позиції та світоглядні орієнтири впливають на електоральну поведінку та політичний вибір. Відтак, мислення, цінності та світогляд електорату є значущими факторами політичного життя суспільства, що робить актуальними сучасні дослідження різноманітного досвіду людського мислення на виборах (Фарафонова, 2023: 89). З погляду Гілберта Райла, філософські проблеми поведінки аналізуються крізь призму проблеми свідомості та тіла при неправильному вживанні індивідами деяких ненаукових слів, а логічний біхевіоризм розглядає висловлювання, що містять ментальні концепції, котрі описують ситуації та тенденції, з конкретними стимулами, які впливають на конкретну поведінку. Медіа, як

найважливіший елемент сучасної політичної системи, що впливає на поведінку людини, виконують низку політичних функцій, таких як просвітницька, комунікативна, організаторська, лобістська та владна, кожна з яких певним чином формує думку в сучасному суспільстві та впливає на відносини між владою та виборцями (Фарафонова, 2023: 90-91).

Інструментальний арсенал виборчих кампаній невинно поповнюється, а методи та техніки, які застосовуються, за своєю складністю та скоординованістю наближаються до психологічних операцій (Кочубей, 2004: 99). Пересічний виборець, заклопотаний побутом, часто сприймає політичні процеси як периферійні, не схильний до активної участі, але сподівається на певну вигоду. Окремі дослідники переконують, що наразі український виборець настільки знеособлений у своїй масі, що домовлятися з ним надзвичайно важко, а тому простіше взаємодіяти з його підсвідомістю через навіювання. Передвиборча діяльність має на меті досягнення такого впливу на психіку людей, що сформував би прихильне ставлення електорату до певних політиків та їхніх ідей, для чого використовуються методи психологічного впливу на підсвідомість виборців задля зниження рівня критичності їх мислення. Суперечність ситуації полягає в тому, що, навіть сумніваючись у правдивості інформації, що поширюється ЗМІ, звичайний громадянин змушений орієнтуватися на ці відомості та оцінки, оскільки інших джерел для висвітлення виборів просто не існує (Кочубей, 2004: 100 - 101).

Проблема електоральної соціології в Україні, як відзначають Мельниченко та Акімова, полягає, зокрема, у неспроможності адекватно рефлексувати вже наявну багату емпірію, що підтверджується словами І. Кононова про парадоксальну ситуацію, коли електоральна соціологія, залишаючись однією з найбільш затребуваних галузей і не відчуваючи серйозних фінансових труднощів, дуже далека від теоретичного пояснення явищ, що досліджуються (Мельниченко, Акімова, 2014: 74). Окрім того,

простежується певна методологічна обмеженість електоральної соціології, яка в емпіричному вимірі зосереджена здебільшого на полстерському підході, тоді як між методологічним арсеналом полстера та соціолога існує відмінність, зумовлена неоднаковими концепціями громадської думки та способами її дослідження. Ефект *the last minute swing*, описаний Е. Ноель-Нойман, коли під впливом різних факторів певні партії змогли в останні дні перед виборами рекрутувати нових прихильників, особливо актуальний в умовах заборони публікації результатів опитувань за 10 днів до голосування, як це було на виборах 2012 року в Україні (Ноель-Нойман, 1996: 76).

Соціальні мережі та Інтернет загалом, як наголошує Рум'янцева, активно залучаються до виборчого процесу, здобуваючи нові риси завдяки інтерактивності та можливості швидкого розповсюдження інформації, але вони також перетворюються на поле для застосування маніпулятивних технологій, таких як "тролінг" та поширення недостовірної інформації (Рум'янцева, 2017: 104, 106-107, 151). Електоральний процес у демократичних країнах, як вказує Рум'янцева, має відповідати певним принципам, як-от вільні, рівні, загальні, прямі вибори та таємне голосування, але практика країн перехідного демократичного режиму часто демонструє порушення цих принципів через використання політичних технологій тиску за допомогою ЗМІ (Рум'янцева, 2017: 55). Дотримання принципів прозорості та публічності інформації, що стосується фінансування передвиборчої агітації, правдивості даних про кандидатів та партії, повноти та об'єктивності інформації, що публікується ЗМІ, є ключовим для зменшення впливу маніпулятивних технологій (Рум'янцева, 2017: 58-59).

Розуміння електоральної поведінки, як підкреслює Остапець, ускладнюється тим, що в її основі лежать як поведінкові складові, зумовлені рівнем соціально-економічного розвитку та особистісними

характеристиками, так і вплив мотиваційно-потребнісної сфери, що формує настанови, цінності та орієнтації (Останець: 4). Модель лійки причинності, запропонована американськими дослідниками, ілюструє, як політичний вибір фільтрується від довготривалих факторів, таких як, соціологічних, психологічних, географічних до короткострокових, тобто соціально-психологічних, політико-психологічних, економічних, комунікаційних, що зрештою призводить до остаточного рішення. Навіть у цій, на перший погляд, позбавленій географії моделі, географічний вимір наявний на кожному рівні, від соціально-демографічної структури до економічного голосування та впливу місцевого контексту (Lewis-Beck 2008: 28; Добиш 2018: 36)

Теорія розломів Ліпсета та Роккана, що стверджує, що виборці стикаються з історично даними політичними пакунками, сформованими внаслідок національної та індустріальної революцій, наголошує на ролі партій як інститутів, котрі роблять ці розлами очевидними для суспільства та кристалізують їх для мобілізації електорату. Водночас, один із вимірів кристалізації чітко географічний – опозиція периферії до центру чи розкол еліт усередині центру, а інший – функціональний, заснований на відмінностях в економічних інтересах чи ідеологічних позиціях. Теорія моральних засад Джонатана Хайдта, який виділяє шість еволюційно сформованих моральних підвалин: турботи/шкоди, справедливості/шахрайства, лояльності/зради, влади/перевороту, святості/деградації та свободи/утиску, пропонує ще один ракурс розуміння мотивації виборців, заявляючи, що для отримання голосу політична сила повинна активувати щонайменше одну з цих засад, апелюючи до емоцій виборців. Географічна контекстуалізація цих універсальних моральних понять важлива, адже їх прояв та політизація залежать від конкретного місця, регіону та політики географічного масштабу (Lee, Smith, 2004: Добиш, 2018: 37 - 38).

Отже, до розділу 1 можна зробити наступний висновок: радикальна зміна характеру суспільних взаємодій охоплює широкий спектр інструментів – від потужних обчислювальних систем і глобальної мережі Інтернет до соціальних платформ і новітніх розробок у сфері штучного інтелекту, – і саме це технологічне проникнення визначає сучасний етап розвитку політичних процесів, руйнуючи традиційні форми комунікації та водночас породжуючи нові, що істотно впливають на динаміку, структуру та результати політичних процесів, а також на методологію їхнього наукового аналізу. Комунікаційний процес у сучасних суспільно-політичних умовах виступає визначальним чинником, який формує саму сутність і перспективи розвитку політичного життя, а якість комунікаційних взаємодій стала ключовим елементом ефективності не лише у сфері глобальної політики, де йдеться про формування складних міжнародних відносин, але й у процесах інституціоналізації національних політичних систем, оптимізації місцевого самоврядування, організації виборчих кампаній, розвитку інститутів громадянського суспільства та підвищення рівня політичної участі громадян. Політична комунікація, розглянута як цілеспрямований процес створення, передачі, обміну та інтерпретації політично значущої інформації, не лише супроводжує політичну діяльність, а й активно структурує її, надаючи їй новий зміст і значення, виступаючи соціально-інформаційним простором, у якому розгортається політика, і потужним інструментом формування як індивідуальної, так і колективної політичної свідомості. Інформаційно-комунікаційні засоби, що використовуються у політиці, умовно поділяються на традиційні – друковані медіа, радіо, телебачення, які тривалий час залишалися основними каналами поширення політично значущої інформації, – та новітні цифрові, що охоплюють Інтернет, інформаційні веб-сайти, соціальні мережі, блоги, онлайн-форуми, месенджери та інші платформи, які забезпечують високий рівень інтерактивності, надзвичайну швидкість поширення інформації, можливість точного таргетування аудиторії та

двосторонній характер комунікації; еволюція від газетних фондів до сучасних електронних засобів масової комунікації, створених політичними партіями, свідчить про постійну адаптацію комунікаційних засобів до технологічного прогресу та змін у медіаспоживанні. Класифікація комунікаційних технологій можлива також за способом і характером впливу на аудиторію: одні орієнтовані на раціональне переконання через надання об'єктивних фактів і логічних аргументів, інші апелюють до емоційної сфери, активно використовуючи символи, образи, міфи та різноманітні маніпулятивні техніки.

Функціональний спектр інформаційно-комунікаційних засобів у політичних процесах охоплює як конструктивні, так і потенційно деструктивні аспекти політичної взаємодії та впливу. Однією з ключових функцій є інформаційна, що полягає у зборі, обробці, зберіганні та поширенні знань і відомостей про політичну систему, її елементи та інститути, діяльність політичних акторів, актуальні події внутрішньої та зовнішньої політики, а також суспільно-політичні проблеми, забезпечуючи громадянам доступ до суспільно значущої інформації, що є основою для прозорості, відкритості та підзвітності влади; глобальна мережа Інтернет надала громадянам безпрецедентні можливості для отримання інформації про вибори, програми кандидатів, діяльність партій, а також для вільного висловлення думок і прямої взаємодії з політиками. Комунікативна функція забезпечує багатосторонній зв'язок між різними суб'єктами політичного процесу – органами влади, суспільством, політичними партіями, групами інтересів – через організацію публічних діалогів, обговорень і дебатів, причому ефективна організація комунікативного простору є необхідною умовою для застосування різних комунікаційних технік. Функція політичної соціалізації полягає у передачі політичних норм, цінностей, знань і моделей поведінки від одного покоління до іншого, а також у поступовому залученні нових членів суспільства до політичного життя, і

засоби масової інформації та сучасні інформаційно-комунікаційні технології відіграють дедалі більшу роль у формуванні політичної свідомості, особливо серед молоді. Мобілізаційна функція проявляється у здатності інформаційно-комунікаційних засобів спонукати громадян до конкретних політичних дій – участі у виборах, мітингах, підтримці ініціатив, причому соціальні мережі особливо ефективні у мобілізації молоді та сприяють виникненню спонтанних дискусій і різних форм онлайн-активізму. Регулятивна функція полягає у впливі на формування громадської думки, визначенні пріоритетів суспільно-політичного порядку денного та регулюванні політичного дискурсу, причому масова комунікація сприяє формуванню громадської думки через систематичне впровадження певних оцінок подій у масову свідомість. Контрольна функція, або функція «сторожового пса демократії», реалізується через моніторинг і критичний аналіз діяльності органів влади з боку незалежних медіа та громадянського суспільства, що підвищує прозорість і підзвітність влади. Інформаційно-комунікаційні засоби виконують також інтеграційну або, за певних умов, дезінтеграційну функцію, сприяючи об'єднанню суспільства навколо спільних ідей або, навпаки, поглиблюючи розколи та провокуючи конфлікти, і ця проблема особливо актуалізується у зв'язку з поширенням дезінформації та фейкових новин, які можуть поляризувати суспільство та дестабілізувати політичну ситуацію. Маніпулятивна функція є однією з найбільш суперечливих і потенційно небезпечних, оскільки передбачає прихований вплив на свідомість і поведінку громадян з метою досягнення політичними силами власних цілей, часто всупереч інтересам громадян, через поширення викривленої інформації, пропаганди та використання психологічних прийомів; значні ризики пов'язані з використанням технологій мікротаргетингу й аналізу великих обсягів персональних даних для персоналізованого впливу на виборців, що може підривати принципи вільного волевиявлення. Нарешті, існує функція легітимації політичної влади через конструювання позитивного іміджу владних інститутів і

роз'яснення їхніх рішень, або, навпаки, ці ж засоби можуть використовуватися для делегітимації політичних опонентів.

## **РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ У СУЧАСНИХ ЕЛЕКТОРАЛЬНИХ КАМПАНІЯХ**

### **2.1. Аналіз використання традиційних та цифрових комунікаційних технологій у виборах (на прикладі України та зарубіжних країн)**

Прискорення темпів розвитку сучасного соціуму в умовах епохи інформатизації активно відбивається на дієвості, процедурності організації та проведенні виборів, що зумовлює необхідність системного вивчення практики використання виборчих технологій, адже власне поняття виборчих технологій розглядається як інструмент впливу на громадську думку. Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у виборчий процес породжує зацікавленість і тривогу серед виборців, а також практиків по всьому світі, оскільки переважна більшість органів управління виборами нині використовує новітні цифрові технології з метою вдосконалення виборчого процесу, які варіюються від базових засобів автоматизації офісу, таких як обробка текстів та електронні таблиці, до більш складних інструментів обробки даних, таких як системи керування базами даних, оптичне сканування та геоінформаційні системи. Зберігаючи фокус на демократичності виборчих процедур, що забезпечують підтримку дипломатичних та культурних зв'язків із міжнародною спільнотою, необхідно враховувати, що еволюція виборчих технологій в Україні відбувалася в контексті демократичного поступу та часто демонструвала неефективність через використання застарілих підходів, що викликали незадоволення електорату й втрачали популярність на політичному ринку.

Аналіз практики застосування виборчих технологій під час президентських кампаній наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття в Україні обумовлений політичними, економічними, соціокультурними змінами, пов'язаними з процесами демократизації політичної системи, при

цьому підхід до використання технологій під час електоральних кампаній значно трансформується в умовах цифровізації сучасного суспільства. Сучасні виборчі технології, зокрема ті, що використовують соціальні мережі, відіграли важливе місце в останніх українських президентських та парламентських електоральних кампаніях, хоча поряд із тенденцією до їхнього застосування, традиційні виборчі технології, як-от ток-шоу та дебати, зберігають свою ефективність (Vinnichuk, Kobylnyk 2023: 272). Саме слово «кампанія», що походить від французького терміну для «відкритої місцевості» та має військове коріння, символізує поле битви, де армії змагаються за контроль над територією й здобуття посад, і в цьому контексті сучасні виборчі кампанії можна інтерпретувати як війну, що ведеться іншими засобами, де перемогу здебільшого здобуває сторона, здатна мобілізувати найбільші ресурси, організувати їх та залучити найбільшу кількість громадян. Сучасні виборчі війни ведуться на специфічному полі бою, де медіа виступають водночас і місцем протистояння, й інструментом його ведення (Taras, 2022: 1).

В українському політичному просторі детально аналізуються «брудні» виборчі технології, що активно використовувалися під час президентських електоральних кампаній, серед яких особливою популярністю користувалися технологія «двійник», «клон», так звані «революційні» технології, методи «підкупу виборців», стратегії імідж-білдингу, а також технології дезінформації та поширення фейків, зокрема з використанням технології deep fake (Vinnichuk, Kobylnyk 2023: 272, 272). Не менш значну роль в успішному проведенні президентських виборчих кампаній відіграли технології «перфомансу» та театралізації виборчого процесу, ефективність яких, як і інших застосовуваних виборчих технологій, значною мірою залежить від наявних людських та матеріальних ресурсів, особистих якостей самого лідера та професіоналізму його команди фахівців. Політичним партіям задля досягнення успіху необхідно

трансформуватися в повноцінні медіа-організації, щоденно продукуючи контент, подібний до телевізійного шоу зі своїми лідерами в ролі зірок, розробляючи різноманітні сюжетні лінії, створюючи значну кількість політичної реклами та демонструючи здатність до майже миттєвої реакції на інформаційні атаки та контратаки опонентів. Крім цього, вони повинні організовувати численні передвиборчі заходи, основною метою яких є створення яскравого візуального ряду та цитат, що легко запам'ятовуються та виявляться привабливими для журналістів, які висвітлюють перебіг кампанії. Выборчі кампанії також повинні активно вестися на таких платформах соціальних медіа, як Facebook, Twitter, Instagram та YouTube, кожна з яких характеризується специфічною аудиторією та функціональними особливостями, що, своєю чергою, висуває різні вимоги до контенту, при цьому команди сподіваються на вірусне поширення своїх повідомлень (Taras, 2022: 1, Vinnichuk, Kobylnyk 2023: 272).

Міністерство цифрової трансформації України, прагнучи інтегрувати управління виборами в загальну стратегію цифрової трансформації країни, звернулося до Міжнародного фонду виборчих систем із запитом на проведення дослідження щодо впровадження нових виборчих технологій, що узгоджувалося з президентським указом від липня 2019 року, який, серед іншого, передбачав переведення процедури зміни виборчої адреси в онлайн-формат та запровадження інтернет-голосування (IFES, 2020: 3). IFES, вітаючи такий крок, застосував підхід, орієнтований насамперед на управління виборами, ставлячи питання не про те, як технічно реалізувати інтернет-голосування, а про те, які саме проблеми існують у виборчій системі України та яким чином технології можуть сприяти їх вирішенню, що дало змогу провести відкриті та змістовні дискусії з широким колом зацікавлених сторін для формування обґрунтованого вибору технологій та можливих варіантів їх застосування (IFES, 2020: 3). До кола опитуваних увійшли представники всіх політичних фракцій Верховної Ради,

Центральної виборчої комісії (ЦВК), Державного реєстру виборців (ДРВ), громадські спостерігачі, представники громадянського суспільства, організації, що надають технічну допомогу, експерти у сфері ідентифікації та електронної демократії, а також різноманітні інші державні установи, що займаються питаннями від стратегічного планування до кібербезпеки (IFES, 2020: 3). Важливо зазначити, що хоча значного суспільного запиту на інтернет- або електронне голосування «знизу» не спостерігається, опитувані загалом висловили принципову підтримку ініціативи уряду, при цьому основні застереження стосувалися ризиків у сфері кібербезпеки, й більшість респондентів рекомендували застосовувати поетапний підхід із поступовим пілотуванням та впровадженням нових технологій, паралельно докладаючи зусиль для розбудови відповідного потенціалу та зміцнення довіри з боку виборців (IFES, 2020: 3).

До найбільш поширених цифрових технологій, що застосовуються у виборчих процесах глобально, належать пристрої для прямого електронного запису голосів без використання паперових бюлетенів; засоби для сканування бюлетенів, технічні механізми, призначені для прискорення процесу підрахунку голосів; системи онлайн-голосування, доступні через комп'ютер або мобільний пристрій з підключенням до Інтернету; а також пристрої для ідентифікації виборців в онлайн-режимі або безпосередньо на виборчій ділянці, зокрема технології розпізнавання відбитків пальців або сітківки ока. Серед переваг електронної виборчої системи виділяють створення узгодженого, верифікованого та гнучкого реєстру виборців; підвищення ефективності адміністративних процесів; скорочення довгострокових фінансових та трудових витрат; усунення можливостей для маніпуляцій; прискорення підрахунку голосів; покращення рівня політичної прозорості; а також подолання проблем, пов'язаних із недостатньою поінформованістю електорату. Будь-які вибори, референдуми чи інші форми прямої демократії, що проводяться з використанням цифрових

технологій, повинні суворо відповідати загальним вимогам та принципам виборчого права, а легітимація таких технологій можлива лише за умови відсутності будь-яких дискримінаційних переваг для окремих груп виборців (Zharovska, Kovalchuk 2020: 1). Питання впровадження системи електронних виборів та розробки підходів до їх організації є предметом дослідження численних закордонних та вітчизняних науковців, і в Україні розвиток електронної демократії та електронних виборів, хоча й перебуває на стадії активного обговорення, не є абсолютно новою темою, оскільки певні юридичні передумови для функціонування таких систем були закладені ще раніше (Lomzhets, Dmytruk, Dubinskyi 2021: 1). Зокрема, йдеться про ухвалення законів України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII, «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22 травня 2003 року № 851-IV та «Про електронний цифровий підпис» від 22 травня 2003 року № 852-IV, який згодом втратив чинність, важливим етапом стало подання 10 червня 2011 року до Верховної Ради України проєкту закону «Про Концепцію впровадження системи електронного голосування в Україні» № 8656, що свідчить про тривалість дискусій навколо цього питання (Lomzhets, Dmytruk, Dubinskyi 2021: 1).

Досвід міжнародної спільноти, зокрема Естонії, свідчить, що успішне впровадження електронного голосування часто базується на вже розбудованій інфраструктурі електронного урядування та загальнодержавній системі ідентифікації громадян (IFES, 2020: 4). Естонія продемонструвала значний успіх у цій сфері, розробивши не лише безпечну та надійну систему електронного голосування, але й наділивши національний орган – Національний виборчий комітет – відповідальністю за управління системою онлайн-голосування, що є ключовим для забезпечення довіри суспільства до такої системи. Разом з тим, досвід таких країн, як США, Естонія, Швейцарія, Німеччина та Ірландія, демонструє, що

впровадження електронного голосування може мати не лише позитивні наслідки, але й потенційно негативні, що вимагає ретельного аналізу та врахування ризиків (Reznik2021: 1). Будь-яка нова технологія, що розглядається для використання у виборчому процесі, повинна мати однозначно позитивний та суттєвий вплив на ключові виборчі принципи, такі як доброчесність виборів, активність виборців, підзвітність виборчих органів та політичних партій, а також рівень довіри з боку всіх зацікавлених сторін (IFES, 2020: 3).

Під час дослідження IFES в Україні респонденти висловлювали низку інших проблем, пов'язаних з виборчим процесом, серед яких – труднощі при внесенні змін до списків виборців, обмежений доступ політичних сил до цих списків, та недоліки в системі підрахунку результатів голосування на всіх рівнях: від дільничних виборчих комісій через окружні виборчі комісії (ОВК) до Центральної виборчої комісії. Детальний аналіз процесів управління результатами показав значні недоліки як у кадровому забезпеченні, так і в наявній інфраструктурі, ефективне усунення яких є першочерговим завданням. Відомо, що ЦВК працює над новим технічним рішенням, яке потенційно може покращити управління результатами, крім того, існує нагальна потреба у вирішенні проблеми недостатнього рівня підготовки членів ДВК, оскільки навчання проводиться для дуже обмеженої кількості осіб, а також у подоланні практики безперервних та політично вмотивованих змін у складі виборчих комісій, що негативно впливає на їхню стабільність та професіоналізм. Якісне навчання та утримання кваліфікованого персоналу набувають ще більшої ваги в контексті запланованих змін у виборчій системі та законодавчій базі, а також у разі впровадження нових технологій. Стосовно питання списків виборців, ЦВК вже має розроблений та готовий до запуску план онлайн-зміни виборчих адрес, і хоча деякі респонденти вважають це недостатнім, а інші вказують на потенційні ризики маніпуляцій, ЦВК слід заохочувати до реалізації

цього плану. Більшість опитаних, зокрема представники політичних сил, висловлювали скарги на обмежений доступ суб'єктів виборчого процесу до списків виборців (IFES, 2020: 3 - 4). При обговоренні питань електронного або інтернет-голосування більшість респондентів в Україні висловлювали серйозні занепокоєння щодо можливості маніпулювання такими технологіями, особливо враховуючи підвищений рівень загроз кібербезпеці, з якими країна постійно стикається. Загальновідомо, що будь-які нові технології, які будуть впроваджуватися у виборчий процес в Україні, вимагатимуть глибшого, ніж в середньому, аналізу потенційних ризиків та більшого фінансування на забезпечення кібербезпеки, ніж це може бути необхідним в інших країнах. На жаль, недостатній рівень знань про особливості інтернет-голосування, зокрема про його дистанційний та неконтрольований характер, призвів до того, що багато респондентів помилково вважали, ніби основною і чи не єдиною проблемою є захист систем від хакерських атак, і якщо цей аспект забезпечено, то інших серйозних викликів нібито немає. Питання надійної автентифікації виборця, тобто точної ідентифікації особи, що голосує, та запобігання примусу, тобто забезпечення захисту таємниці волевиявлення, є надзвичайно важливими аспектами, які потребують значно глибшого розуміння та ширшого громадського обговорення в Україні (IFES, 2020: 4).

Технологізація виборчих кампаній стає дедалі важливішою рисою сучасності, що пов'язано зі збільшенням кількості політичних суб'єктів, які беруть участь у перегонах, і в таких умовах виборці часто віддають перевагу особистості кандидата, особливо лідерам партій, а самі кампанії набувають яскраво виражених іміджево-тематичних характеристик, що актуалізує необхідність використання різноманітних виборчих технологій. Технологічна парадигма виборів, яка передбачає алгоритмізацію та раціональну операціоналізацію всіх етапів діяльності, сприяє чіткому та послідовному проведенню всіх операцій виборчої кампанії. Разом з тим,

широке використання засобів масової інформації у виборчих кампаніях та потреба розвитку двосторонніх комунікацій в електоральному процесі спонукають до активного використання інформаційно-комунікативної парадигми, яка забезпечує чіткість у плануванні змісту та характеру інформаційних впливів на цільову аудиторію. Такий підхід до організації політичних комунікацій є особливо ефективним в умовах політичної кризи, коли влада відчуває нагальну потребу налагодити ефективний взаємообмін думками та інформацією з громадськістю. Концепція медіатизації влади передбачає не лише здатність транслювати політичні рішення мовою, зрозумілою для мас-медіа, але й уміння викликати щиру зацікавленість у споживача масової інформації (Duz 2009: 153 - 154).

Рекомендація CM / Rec (2017), ухвалена Комітетом міністрів Ради Європи, переглянула проблемні аспекти правового регулювання виборчих технологій відповідно до сучасного рівня розвитку науки та інформаційних технологій і на даний момент залишається практично єдиним узгодженим на міжнародному рівні актом, що містить конкретні вимоги до систем електронного голосування. Важливо розуміти, що інститут виборів перебуває у постійному процесі розвитку та адаптації до нових демократичних викликів, і в Україні, зокрема, за роки незалежності форма виборчої системи змінювалася тричі, еволюціонуючи від мажоритарної до пропорційної і навпаки, що свідчить про пошук оптимальної моделі. Запровадження інституту президентства в Україні призвело до потреби у проведенні відповідних виборів, що, у свою чергу, викликало переосмислення концепції політичної влади в цілому (Duz 2009: 153).

Сучасні політики активно використовують соціальні медіа для оприлюднення своїх політичних рішень, позицій та пропозицій, як це яскраво продемонстрував колишній президент США Дональд Трамп, інтенсивне використання яким платформи Twitter призвело до судового рішення, згідно з яким він не мав права блокувати користувачів, оскільки

його акаунт фактично функціонував як офіційний урядовий канал комунікації. Платформа Twitter, яка дозволяє користувачам поширювати короткі повідомлення серед потенційно великої аудиторії підписників, перетворилася на одну з центральних платформ для поширення інформації, частково завдяки її активному використанню тодішнім президентом Трампом. Показово, що не тільки інтернет сам по собі є джерелом багатьох новин, але й традиційні засоби масової інформації все частіше відображають та аналізують дискусії, що відбуваються на цифрових платформах, таким чином посилюючи їхній вплив. Онлайн-політичний дискурс суттєво змінює політичний ландшафт, зокрема у Сполучених Штатах, впливаючи на те, хто контролює інформаційні потоки, хто є споживачем цієї інформації та якими шляхами вона поширюється, в свою чергу, платформи, в обличчі Facebook та Twitter, створюють можливості для нових інформаційних потоків, які вже не структурують та не обмежують традиційні медіа, даючи змогу політикам висвітлювати новини та збирати інформацію таким чином, щоб формувати сприятливий для себе наратив (Wagner, Gainous 2022: 44 - 45). Пропозиції щодо впровадження нових виборчих технологій охоплюють широкий спектр рішень, включно з системами електронного та інтернет-голосування, онлайн-реєстрацією виборців, сучасними системами управління результатами виборів, а також різноманітними іншими електронними засобами, призначеними для оптимізації таких процесів, як реєстрація політичних партій, висунення кандидатів та управління фінансуванням політичних кампаній, тепер щодо онлайн-реєстрації виборців, то Центральна виборча комісія України вже має розроблений та готовий до впровадження план запровадження можливості онлайн-зміни виборчих адрес, і хоча деякі респонденти вважають такий крок недостатнім, а інші вказують на потенційні ризики маніпуляцій, ЦВК слід заохочувати до продовження роботи в цьому напрямку. Впровадження найновіших інформаційно-комунікаційних технологій у виборчий процес в сучасних умовах спрямовано на підвищення рівня суспільної довіри до

результатів виборів, адже безпека даних, ефективне запобігання фальсифікаціям на виборах та надійне забезпечення таємниці волевиявлення є критично важливими аспектами як для безпеки кожного окремого громадянина та суспільства в цілому, так і для національної безпеки держави (IFES, 2020: 6).

Зважаючи на достаток інформаційно-комунікаційних засобів, комунікаційна ефективність політичних сил в Україні часто була незадовільною, а надмірне зосередження на суто технологічному компоненті виборчих кампаній не завжди сприяло встановленню справді результативних політичних комунікацій з виборцями. Неоднозначність та суб'єктивне трактування політичної інформації здатні певним чином спотворювати ставлення виборців до неї, що призводить до ситуації, коли декларована політична відкритість може перетворитися на вигідний, штучно створений для суспільства віртуальний проєкт, головним завданням якого є вибіркоче оприлюднення або навпаки, приховування інформації (Duz 2009: 153 - 154). Довіра до виборів та їхня легітимність безпосередньо залежать від їх чесності, і, як підкреслено у звіті Всесвітньої комісії з питань демократії, виборів і безпеки за 2012 рік, серед п'яти ключових викликів забезпечення доброчесності виборів – створення професійних та компетентних органів адміністрування виборчого процесу, що діють незалежно від інших гілок влади. Якість організації виборів є визначальною: якщо завдання виконано добре, це не викликає питань, але якщо виконано незадовільно або провалено, наслідки можуть бути катастрофічними для політичної стабільності та суспільної довіри (Catt 2016: 1).

Більшість опитаних в Україні під час дослідження IFES висловлювали певну недовіру до Центральної виборчої комісії, незважаючи на позитивну динаміку в громадських опитуваннях та загалом позитивне визнання якості виборів 2019 року. Респонденти часто характеризували

ЦВК як орган, якому бракує реальної самостійності у прийнятті рішень. Визнаючи ключові зміни, які супроводжують будь-яке запровадження електронного або інтернет-голосування, головне питання, поставлене у звіті IFES, стосується того, як українські виборці навчаться користуватися такими системами, це технічний аспект та, що не менш важливо, почнуть їм довіряти, це соціально-політичний аспект. ЦВК має можливість заслужити цю довіру шляхом успішного впровадження поточних короткострокових реформ у сферах реєстрації виборців та управління результатами голосування. Міністерство цифрової трансформації планує підвищити рівень цифрової грамотності для 6 мільйонів українців протягом трьох років, що також є важливим підґрунтям для впровадження нових технологій. ЦВК також повинна відігравати ключову роль у дослідженнях, експериментах та пілотному впровадженні відповідних нових виборчих технологій, адаптованих до українських умов (IFES, 2020: 4 -5).

Професіоналізм в адмініструванні виборів вимагає не тільки суворого дотримання встановлених виборчих процедур, але й націленості на надання якісних виборчих послуг, що забезпечується персоналом з відповідним рівнем кваліфікації та підготовки. Органи адміністрування виборів несуть відповідальність за забезпечення належного рівня підготовки та наявності необхідних професійних навичок у всього персоналу, залученого до організації та проведення виборів, як постійного, так і тимчасового. Надання послуг усім зацікавленим сторонам виборчого процесу є не тільки обов'язком ОАВ, але й основною функцією їх діяльності, що визначає їхню роль у демократичному суспільстві. Уряди та громадськість цілком обґрунтовано очікують, що кошти, виділені з бюджету на фінансування виборів, будуть використовуватися максимально економно та ефективно, а послуги, пов'язані з організацією та проведенням виборів, надаватимуться на високому професійному рівні. Успішним може вважатися лише той ОАВ,

який на практиці продемонстрував свою добросовісність, компетентність та ефективність у виконанні покладених на нього завдань (Catt et al. 2016: 25).

Використання інформаційних технологій у виборах значно зросло протягом останніх десятиліть, охоплюючи різні типи та основні особливості застосовуваних інформаційних технологій, врахування інноваційних циклів ІКТ та їхнього взаємозв'язку з виборчим циклом, аналіз загальної вартості володіння системами ІКТ, забезпечення необхідного рівня безпеки та оптимізацію витрат на ІКТ, а також взаємодію з постачальниками технологій для проведення виборів. Такі аспекти, як проблеми, пов'язані з електронною реєстрацією виборців, вивчення історії систем електронного голосування та електронного підрахунку голосів, розробка та дотримання вимог до системи, проведення її сертифікації та аудиту, а також концепція підтвердженого виборцем паперового бюлетеня як засобу контролю, мають надзвичайне значення для успішного та надійного впровадження технологій (Catt 2016: 277, 289, 290, 292).

В Україні питання використання електронного голосування на виборах переважно перебуває на стадії обговорення, практичний досвід використання цієї новітньої технології в країні відсутній, що робить її потенційне впровадження нагальною потребою та предметом майбутніх досліджень і підготовки. Процес становлення України як сучасної демократичної, соціальної та правової держави спонукає її докладати всіх можливих зусиль для забезпечення повної реалізації прав людини і громадянина, як закріплених у Конституції України, так і в нормах міжнародного права. Надзвичайно важливу роль серед цих прав відіграють політичні права, адже, як проголошено у статті 21 Загальної декларації прав людини, воля народу повинна бути основою влади уряду, і ця воля має бути виражена у періодичних та вільних виборах. Характерною рисою сучасних виборчих кампаній у світі є активне прагнення адаптувати новітні виборчі технології до специфічних умов місцевого середовища, що відбувається

через використання інноваційних засобів масової комунікації та створення спеціалізованих шкіл політичного консалтингу, які готують фахівців у цій галузі. Важливо зазначити, що українська держава у своїй практиці часто орієнтується на модель американських виборчих технологій, запозичуючи окремі підходи та інструменти. Особливості виборчих технологій сьогодні полягають у тому, що вони не просто інструменти, а фундаментальні умови функціонування демократичного устрою та розвитку індустріального, а тепер і інформаційного суспільства, при цьому їх виникнення та функціонування історично пов'язане з принципами вирішення суспільних протиріч і конфліктів у рамках політичної системи. Значна увага до поняття виборчі технології зумовлена появою цього відносно нового суспільного явища, що має потенціал значно сприяти процесам модернізації та демократизації держави, змінюючи способи взаємодії між політичними акторами та виборцями (Hrynychshyn 2023: 1).

## **2.2. Оцінка ефективності інформаційно-комунікативного впливу на виборців: інструменти мобілізації, маніпуляції та протидії**

Оцінка ефективності впливу інформації та комунікацій на виборців, особливо з огляду на поточні виклики, потребує глибокого розуміння інструментів мобілізації, маніпулювання та протидії, які використовуються в політичній боротьбі. Трансформація інформаційного простору, спричинена технологічними інноваціями, радикально змінює парадигму масових комунікацій, надаючи суб'єктам політичних маніпуляцій нові можливості для посилення та персоналізації пропагандистського впливу. Необхідно брати до уваги, що політична пропаганда, будучи об'єктом різнобічного аналізу, набуває особливої актуальності в контексті її динамічної еволюції під впливом глобальної цифровізації і це спричиняє радикальну модифікацію стратегій маніпулювання суспільною свідомістю. Систематизація методологічних підходів до дослідження цього явища вимагає врахування як традиційних дискурсивних практик, так і новітніх механізмів, що детерміновані розвитком інформаційно-комунікаційного середовища (Бондар 2025: 1487-1491).

Соціальні мережі, перетворившись на ключовий інструмент комунікації, суттєво впливають на формування суспільної думки, особливо під час кризових ситуацій. Швидкість поширення інформації, широкий доступ до аудиторії та інтерактивність соціальних платформ роблять їх незамінним джерелом новин і засобом впливу на суспільні настрої. Проте неконтрольоване використання соціальних мереж може призводити до дезінформації, паніки та навіть кризових ситуацій (Данько-Сліпцова, Коваленко, Жорнокуй 2024: 1285-1286). Досвід України і Євромайдану 2013-2014 років та російсько-української війни, чітко демонструє подвійну природу соціальних медіа. З одного боку, вони стали ефективним інструментом організації протестів і розповсюдження правдивої інформації, а з іншого – об'єктом інформаційних атак, маніпуляцій та психологічного

впливу (Данько-Сліпцова, Коваленко, Жорнокуй 2024: 1291). Розглядаючи механізми впливу соціальних мереж на громадську думку, акцент ставиться на ролі цифрових платформ у політичній комунікації, виборчих кампаніях та інформаційній безпеці держави. Особлива увага зараз приділяється методам маніпуляції через соціальні медіа, таким як поширення фейкових новин, керовані коментаторські кампанії та використання алгоритмічних переваг для формування необхідного інформаційного фону (Данько-Сліпцова, Коваленко, Жорнокуй 2024: 1290-1294). Інтернет-комунікація характеризується практичною відсутністю цензурних обмежень та не потребує встановлення формальних зв'язків з власниками або редакційними колегами медійних установ. Інституційні акаунти політичних акторів та державних органів у соціальних медіа-платформах, таких як Twitter, Telegram та Facebook, еволюціонували до статусу легітимних джерел інформації для традиційних та новітніх медіа (Данько-Сліпцова, Коваленко, Жорнокуй 2024: 1324-1325). Політичні актори та державні службовці активно використовують ці платформи для повсякденної комунікації, кризового менеджменту та електоральних кампаній, що підтверджує кампанія Барака Обами у 2008 році. У 2016 році соціальні медіа відіграли важливу роль у президентських виборах у США, де Дональд Трамп використовував Twitter для прямого діалогу з електоратом, а Facebook – для фандрайзингу. В умовах формування інформаційного суспільства соціальні мережі стали викликом для політтехнологів, оскільки обсяг даних, наданих самими користувачами, дає змогу зрозуміти погляди виборців, передбачити їх реакцію та налагодити необхідну соціальну та політичну комунікацію. Водночас у соціальних мережах стандартні схеми погано працюють, що вимагає гнучкості (Данько-Сліпцова, Коваленко, Жорнокуй 2024: 1338-1340).

Ефективна стратегічна комунікація, як показує український досвід, тісно пов'язана з послідовними діями, суспільною єдністю, політичною

стратегією та національною ідентичністю. Підходити до стратегічних комунікацій необхідно як до всеосяжного завдання, залучаючи урядові органи та широке академічне співтовариство для розробки підходів, заснованих на фактичних даних та отриманих уроках. Війна в Україні продемонструвала, що комунікація є питанням життя і смерті, стосується єдності нації, де збої в комунікаційній інфраструктурі призводять до втрат серед мирних жителів, а інформаційні маніпуляції та психологічні операції постійно намагаються підірвати моральний дух українського народу. Стратегічна комунікація на державному рівні зазвичай включає різні форми інформативних та переконливих способів комунікації, такі як кризові комунікації, зв'язки з громадськістю, публічна дипломатія та військові зв'язки з громадськістю. Для деяких держав та військових організацій вона також включає більш наступальні та обманні способи комунікації, тобто інформаційні та психологічні операції, спрямовані на вплив на цільові аудиторії. Пропаганда визначається як маніпулятивний спосіб комунікації, тоді як акцент у стратегічних комунікаціях, принаймні в принципі, робиться на передачі достовірної інформації, сприянні прозорості та активній взаємодії з аудиторією. Розуміння комунікації як односпрямованої є оманливим у сучасному інформаційному середовищі, де циркулюють не статичні наративи, а наративні компоненти, фрагменти та символи, які постійно розвиваються, зазнаючи медіації, ремедіації та оскарження. Паралельно для простої, переконливої і навіть командної комунікації, яка резонує в демократичних суспільствах, заснованих на правах, важливою є накопичена довіра до організації, яка комунікує (Nilsson, Ekman 2024: 585 - 603).

В Україні, після російської агресії 2014 року, багато хто усвідомив важливість створення власної медіаекології, вільної від російського впливу, та заходів протидії російській пропаганді. Цей розвиток розглядався як необхідний не просто для опору російському втручання, а для

забезпечення країни надійною інформацією та safeguarding демократії. Після законодавчих виборів у жовтні 2014 року новопризначений уряд створив Міністерство інформаційної політики, яке зазнало критики з боку неурядових організацій. Президент Порошенко відповів, що війна ведеться і на інформаційному фронті, і головна функція міністерства – це зовнішні дії для припинення атак агресора. У лютому 2017 року була ухвалена нова Доктрина інформаційної безпеки, яка окреслила контури нового цілісного підходу до стратегічних комунікацій. Наголошувалось на важливості розвитку механізмів співпраці між державою та громадянським суспільством з метою боротьби проти руйнівного інформаційного впливу Російської Федерації в умовах гібридної війни. Протягом цього періоду було вжито заходів для обмеження російського впливу в українському інформаційному середовищі, таких як заборона російських телеканалів та обмеження доступу до російських веб-сайтів і соціальних мереж. На початку 2021 року президент Зеленський заклав три телеканали з кремлівськими зв'язками, які сприймалися як платформи для поширення кремлівських наративів в Україні (Nilsson, Ekman 2024: 717-720, Dickinson 2021).

Сучасні методи впливу на суспільну думку використовують алгоритми, рекламу, націлену на певну аудиторію, технологію дипфейків та автоматизованих ботів. Усі ці інструменти сприяють масовому поширенню певних ідей, настанов та наративів, зокрема пропаганди, особливо помітній під час політичних криз, збройних конфліктів або виборчих кампаній. Соціальні мережі, функціонуючи завдяки складним алгоритмам, виступають ретрансляторами та модераторами інформаційних потоків, що створює умови для прихованого впровадження ідеологічних конструкцій у свідомість мас (Бондар 2025). Виборчі технології, котрі охоплюють методи підготовки, організації та проведення виборів, є складовою політичного маркетингу. Трансформація українського суспільства сприяє поширенню

маркетингових підходів з метою формування громадянської думки щодо політичного товару. Політичний ринок України, на жаль, ще не набув цивілізованого вигляду. Натомість домінує "напівдикий" ринок, для якого характерні корупція, олігархічний вплив, використання брудних політичних технологій та маніпулювання суспільною думкою (Павко 2010). Політична реклама, будучи потужним інструментом впливу, часто використовує політичні міфи. Вибори – це складний процес, де виокремлення міфологічного компоненту дає змогу розширити розуміння політичних процесів та проаналізувати практику виборів. Технологія створення міфів базується на розумінні впливу міфу на свідомість людини, оперуючи не реальністю, а психологічними станами та очікуваннями людей. Це дає змогу не просто впливати на суспільну думку, а й використовувати міфи як засіб мобілізації електорату. Політичні міфологеми через присвоєння подіям, явищам, суб'єктам ознак «добрий – поганий» формуються на протиставленні добра і зла. Це призводить до того, що актуальні соціальні проблеми не вирішуються, а лише приховуються. Президентська виборча кампанія 1999 року в Україні будувалася на міфі про можливість лівого реваншу, аналіз програм кандидатів показував, що така можливість була відсутня навіть у випадку перемоги кандидата від лівих сил. Міф про свого хлопця, який ототожнює кандидата з виборцями, та міф про героя, месію, який кардинально змінить ситуацію, залишаються центральними у виборчих кампаніях (Шайгородський 2010).

Боротьба з дезінформацією є багатогранним завданням, яке передбачає підтримку незалежної журналістики, медіаграмотність, фактчекінг, маркування контенту в соціальних мережах, розробку контрнарративів, забезпечення кібербезпеки виборів, державні заходи протидії операціям впливу, видалення неправдивих мереж акаунтів, зменшення збору даних та таргетованої реклами, а також модифікацію алгоритмів рекомендацій (Bateman, Jackson 2024: 3834, 3895). Жоден з цих

заходів не є універсальним рішенням, тому потрібен диверсифікований підхід з постійною оцінкою результатів. Підтримка місцевої журналістики може допомогти зупинити або звернути назад зниження громадської активності, рівня знань та довіри, що сприяє поширенню дезінформації, хоча це вимагає значних фінансових витрат. Медіаграмотність дає змогу людям розпізнавати неправдиві історії та ненадійні джерела новин, особливо програми, які надають людям можливість контролювати власне споживання медіа та шукати якісну інформацію. Фактчекінг є ефективним способом виправлення хибних переконань щодо конкретних тверджень, особливо для аудиторій, котрі не сильно заангажовані в партійні аспекти цих тверджень, хоча вплив на фактичні переконання не завжди призводить до зміни ставлення чи поведінки (Bateman, Jackson 2024, Nyhan, Porter, Reifler, Wood 2019). Маркування неправдивого або оманливого контенту в соціальних мережах може зменшити ймовірність того, що користувачі йому повірять і поширюватимуть його, причому великі, помітні та категоричні позначки є найефективнішими. Контрнарративні стратегії, розроблені для взаємодії з людьми на наративному та психологічному рівнях, виявляються ефективнішими, ніж просте наведення фактів, оскільки вони націлені на глибинні почуття та ідеї, які роблять неправдиві твердження привабливими. Ефективність протидії російській дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни демонструє, що українське суспільство загалом високо оцінює зусилля уряду. Зокрема, 34.4% респондентів вважають, що уряд діяв ефективно, а 49.2% – частково ефективно, а частково – ні. Найбільший внесок у протидію дезінформації, на думку 42.7% респондентів, робить Президент України Володимир Зеленський, за ним йдуть військові (34.4%) та телемарафон "Єдині новини" (28%) (Horbyk, Dutsyk, Shalaiskyi 2023). Забезпечення кібербезпеки виборів та кампаній може запобігти деяким операціям "зламай-і-виклади" та зменшити побоювання щодо маніпулювання виборчими системами (Bateman, Jackson 2024: 3917-3918). Державні заходи, такі як санкції, звинувачення та

заборони іноземних державних ЗМІ, можуть тимчасово зірвати певні іноземні операції, але їх довгостроковий стримуючий ефект, ймовірно, незначний, хоча проактивні заяви лідерів для інформування громадськості можуть бути дієвим інструментом. Видалення мереж неправдивих акаунтів з платформ має очевидну користь, але оцінити її ефективність важко, і деякі дослідження ставлять під сумнів суттєву дієвість таких операцій впливу в поширенні дезінформації. Зменшення збору даних та таргетованої реклами через заходи захисту приватності може знизити вплив мікротаргетингу як інструменту дезінформації, хоча дослідження показують, що маніпулятивна сила мікротаргетингу часто перебільшена, а обмеження несуть високі економічні витрати. Зміна алгоритмів рекомендацій на платформах соціальних медіа має потенціал для пом'якшення проблеми дезінформації та поляризації, оскільки є переконливі докази того, що алгоритми посилюють ці явища, проте ринкова життєздатність таких змін сумнівна, а самі алгоритми є негнучкими та непрозорими інструментами (Bateman, Jackson 2024).

Виборча система в Україні пройшла суттєву еволюцію, від мажоритарної до змішаної та пропорційної, що відображало спроби політичних еліт законодавчо врегулювати власні владні амбіції та пристосуватися до суспільно-політичних реалій (Мороко 2010: 8132, 8261; Бевз 2010: 6710). За роки незалежності в Україні фактично діяло шість виборчих законів та п'ять виборчих систем, що свідчить про постійний пошук оптимальної моделі (Бевз 2010: 6884). Впровадження пропорційної виборчої системи мало на меті структурувати парламент та посилити роль політичних партій, проте ця система, особливо із закритими списками, призвела до таких проблем, як відрив депутатів від виборців, надмірна концентрація влади в руках партійних лідерів, та недостатнє представництво регіональних інтересів та національних меншин. Праймеріз, як інструмент оптимізації виборчих технологій, могли б сприяти

демократизації внутрішньопартійного життя та відбору кандидатів, проте їх запровадження в Україні потребує належного нормативно-правового забезпечення та подолання опору з боку політичних еліт, зацікавлених у збереженні існуючих непрозорих механізмів формування списків. Слід також підкреслити, що застосування адміністративного ресурсу та маніпулятивних технологій залишається серйозною проблемою українських виборчих процесів, що підриває довіру громадян до влади та демократичних інститутів (Меркотан 2010: 6011, 6053). Масова свідомість населення часто реагує на гостре протистояння політичних сил, які демонструють полярні погляди на майбутнє країни, що активно використовується політтехнологіями (Редькіна 2010: 7449, 7463, 7475).

Розвиток комунікативного потенціалу органів місцевого самоврядування є визначальним для дієвої взаємодії з мешканцями громад та для розв'язання місцевих проблем. Комунікативний потенціал місцевої влади постає як організаційна, структурна й творча здатність взаємодіючих елементів комунікативного процесу забезпечувати ефективну комунікацію. Ефективне застосування комунікативних інструментів, включно з інформаційними технологіями, необхідне для залучення членів територіальної громади до розробки та ухвалення управлінських рішень, для підвищення рівня політичної культури громадян, а також для самоорганізації населення та зростання політичної й виборчої активності. Актуальним є впровадження Е-комунікацій в органах місцевого самоврядування, що, попри певні об'єктивні та суб'єктивні обмеження, такі як обмежене покриття мережею Інтернет та дефіцит фахівців, має значний потенціал для збільшення прозорості та ефективності управління (Штурхецький 2011). Розвиток інформаційних та комунікаційних технологій значною мірою визначає суспільний та політичний поступ кожної держави, і одним з перспективних напрямків використання сучасних інформаційних технологій є розвиток електронного голосування виборців,

хоча його впровадження вимагає вирішення питань безпеки та дотримання принципів таємного голосування (Берега 2010). Висвітлення діяльності різноманітних політичних сил у ЗМІ, яке може використовуватися в боротьбі між владою та її опонентами, нерідко характеризується нерівністю (Редькіна 2010). У цьому контексті, роль громадянського суспільства та незалежних організацій у моніторингу виборчого процесу та протидії маніпуляціям надзвичайно важлива. Громадські організації активно залучаються до спостереження за виборами, аналізу виборчого законодавства та просвітницької роботи серед виборців, що сприяє підвищенню прозорості та чесності виборів (Опалько 2010). Розробка комунікативної стратегії на місцевому рівні, що включає чітке визначення цілей, аудиторій, ключових повідомлень та каналів комунікації, є необхідною для ефективного залучення громади до процесів управління та вирішення місцевих проблем (Самофалов 2023).

Сучасні цифрові медіа-платформи, створені фахівцями з інформаційних технологій та бізнесу, а не медіа-практиками, ставлять перед традиційною теорією політичної комунікації виклик пояснення логік, які діють в інформаційному середовищі без журналістського контролю. Дослідження цифрової політичної комунікації в часи загальнонаціональних криз, які загрожують існуванню держави, рідкісні, що робить український випадок особливо значущим для аналізу мобілізаційних зусиль уряду через цифрові медіа. Використання губернатором Віталієм Кімом Telegram для комунікації під час повномасштабного вторгнення є прикладом того, як неформальний підхід, гумор та збалансованість можуть сприяти запобіганню паніці, зміцненню довіри та мобілізації суспільного опору, його комунікація демонструє гібридність колективної та конективної дії, де особистий вираз поєднується з колективним мотиваційним фреймінгом для розбудови довіри. Успішна мобілізація соціального опору, як показує проаналізований випадок, полягає у забезпеченні соціальної згуртованості,

єдності та солідарності через фреймінг ідентичності, довіри та прозорості (Alforov 2023).

Протидія дезінформації та маніпуляціям потребує комплексного підходу, що включає технологічні, освітні та інституційні заходи, при цьому важливою є роль держави у створенні умов для розвитку критичного мислення громадян та підтримки незалежних ЗМІ. Українські державні органи, такі як Центр протидії дезінформації та Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, активізували свою діяльність після повномасштабного вторгнення, однак, за оцінками експертів, наявна проблема дублювання функцій та недостатньої координації. Водночас неурядовий сектор відіграє ключову роль у протидії російській дезінформації та пропаганді ще з 2014 року, зміцнивши стійкість українського суспільства до інформаційних впливів. Попри значні зусилля, кількісні показники діяльності з протидії дезінформації частіше відображають виконану роботу, ніж реальний рівень та ефективність протидії російським інформаційним впливам, і бракує досліджень, які б емпірично підтверджували ефективність проєктів з боротьби з пропагандою та дезінформацією (Horbyk, Dutsyk, Shalaiskyi 2023).

Законодавство України щодо виборів та діяльності політичних партій зазнавало численних змін, що часто було зумовлено політичною доцільністю та намаганнями різних політичних сил отримати перевагу (Овчар 2010). Необхідність вдосконалення виборчого законодавства, зокрема, щодо забезпечення реального впливу виборців на формування представницьких органів, впровадження відкритих списків та посилення відповідальності депутатів перед виборцями, залишається актуальною. Забезпечення прозорості фінансування виборчих кампаній та протидія використанню «диких капіталів» є важливими передумовами для формування відповідальної політичної еліти та зменшення маніпулятивного впливу на виборців. Виборчі процедури можуть використовуватися для

зменшення і навіть унеможливлення впливу громадян на результати виборів, а повсюдне застосування маніпулятивних технологій призводить до зростання недовіри громадян до влади. Ефективність виборчої системи визначається на основі узгодження цілей, таких як забезпечення впливу на формування політики, ефективного функціонування органів влади, перемоги певних суб'єктів, представництва національних меншин, зв'язку між виборцями та депутатами. Сучасна інформаційна епоха з її швидким поширенням інформації та дезінформації через цифрові канали вимагає від виборців високого рівня медіаграмотності та критичного мислення для уникнення маніпуляцій та прийняття поінформованих рішень (Данько-Сліпцова, Коваленко, Жорнокуй 2024).

Згідно з викладеним матеріалом, до другого розділу можна зробити наступний висновок. Зростаюча динаміка розвитку сучасного суспільства в умовах інформатизації безпосередньо впливає на ефективність, процедурну організацію та проведення виборів, що зумовлює необхідність комплексного аналізу практики застосування виборчих технологій, оскільки саме поняття виборчих технологій розглядається як інструмент впливу на громадську думку. Інтеграція інформаційно-комунікаційних технологій у виборчий процес викликає як інтерес, так і занепокоєння серед виборців і фахівців у різних країнах, оскільки більшість органів, відповідальних за адміністрування виборів, нині використовують сучасні цифрові інструменти для оптимізації виборчих процедур, що охоплюють як базові засоби автоматизації офісної роботи, так і складні системи обробки даних. Еволюція виборчих технологій в Україні відбувалася на тлі демократичних трансформацій і часто супроводжувалася неефективністю через використання застарілих підходів, що викликало невдоволення виборців і втрату популярності на політичному ринку, а аналіз практики застосування виборчих технологій під час президентських кампаній кінця XX – початку XXI століття в Україні відображає вплив політичних, економічних і

соціокультурних змін, пов'язаних із процесами демократизації політичної системи. Сучасні виборчі технології, зокрема ті, що базуються на використанні соціальних мереж, відіграли помітну роль у нещодавніх президентських і парламентських кампаніях, хоча поряд із цим традиційні інструменти, такі як ток-шоу та дебати, залишаються ефективними. Сам термін «кампанія», що походить із військової лексики, символізує поле битви, де політичні сили змагаються за контроль над електоральною територією, і в цьому сенсі сучасні виборчі кампанії можна розглядати як специфічну війну, у якій перемогу здобуває той, хто здатен мобілізувати найбільші ресурси, організувати їх і залучити максимальну кількість громадян, причому медіа виступають одночасно і ареною, і інструментом цього протистояння. В українському політичному просторі детально аналізуються так звані «брудні» виборчі технології, які активно застосовувалися під час президентських кампаній, серед яких особливо поширеними були технології «двійників», «клонів», різноманітні «революційні» методи, підкуп виборців, стратегії іміджевого конструювання, а також технології дезінформації та поширення фейків, включаючи deer fake. Значну роль у досягненні успіху відіграли також технології перфомансу й театралізації виборчого процесу, ефективність яких залежить від людських і матеріальних ресурсів, особистих якостей лідера та професіоналізму команди. Політичні партії для досягнення результату змушені трансформуватися у повноцінні медіа-організації, щоденно створюючи контент, подібний до телевізійного шоу, з лідерами у ролі зірок, розробляючи сюжетні лінії, продукуючи політичну рекламу, демонструючи здатність до оперативної реакції на інформаційні атаки, організовуючи численні передвиборчі заходи, головною метою яких є створення яскравих візуальних образів і цитат, що легко запам'ятовуються та приваблюють журналістів, а також активно використовуючи соціальні медіа-платформи, такі як Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, кожна з яких має свою специфіку аудиторії та функціональні особливості, що

вимагає адаптації контенту й розрахунку на вірусне поширення повідомлень.

Міністерство цифрової трансформації України, прагнучи інтегрувати адміністрування виборів у загальну стратегію цифрової трансформації, звернулося до Міжнародного фонду виборчих систем із запитом на проведення дослідження щодо впровадження нових виборчих технологій, що відповідало президентському указу про переведення процедури зміни виборчої адреси в онлайн-формат і запровадження інтернет-голосування. Дослідження IFES, орієнтоване насамперед на управлінський аспект, не зосереджувалося на технічних деталях інтернет-голосування, а аналізувало проблеми виборчої системи України та можливості їх вирішення за допомогою технологій, що дозволило організувати відкриті дискусії з широким колом зацікавлених сторін. Хоча масового суспільного запиту на інтернет- або електронне голосування не спостерігається, опитані загалом підтримали урядову ініціативу, висловивши основні застереження щодо кібербезпеки, і більшість респондентів рекомендували поетапний підхід із поступовим пілотуванням і впровадженням нових технологій, паралельно розвиваючи відповідний потенціал і зміцнюючи довіру виборців. До найпоширеніших цифрових технологій, що використовуються у виборчих процесах у світі, належать пристрої для прямого електронного запису голосів, сканери бюлетенів, системи онлайн-голосування та пристрої для ідентифікації виборців. Серед переваг електронної виборчої системи виділяють створення єдиного реєстру виборців, підвищення ефективності адміністративних процедур, скорочення витрат, зменшення можливостей для маніпуляцій, прискорення підрахунку голосів і підвищення прозорості, при цьому будь-які вибори з використанням цифрових технологій повинні відповідати загальним принципам виборчого права.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило всебічно проаналізувати теоретичні засади та практичні аспекти використання інформаційно-комунікативних інструментів у сучасних виборчих кампаніях, і безумовно, оцінити їхній психологічний та соціальний вплив на електоральну поведінку громадян, підтвердивши, що невинний розвиток політичних процесів є невіддільним від всеохоплюючого проникнення інформаційно-комунікаційних технологій, котрі докорінно змінюють суспільні взаємодії та суттєво впливають на характер, динаміку та результати політичних змагань, що простежується у фундаментальній трансформації способів комунікації. Аналіз понятійно-категоріального апарату засвідчив, що політична комунікація, як цілеспрямований процес обміну політично значущою інформацією, не просто супроводжує політичну діяльність, а й активно її структурує, формуючи індивідуальну та колективну політичну свідомість, при цьому класифікація інформаційно-комунікативних засобів виявляє їх поділ на традиційні, такі як друковані ЗМІ, радіо та телебачення, та новітні цифрові, що включають Інтернет, соціальні мережі, блоги та мобільні платформи, які характеризуються інтерактивністю, швидкістю поширення інформації та можливістю точного таргетування. Функціональний спектр цих засобів є надзвичайно широким, охоплюючи інформаційну функцію, що забезпечує доступ до знань про політичну систему та діяльність акторів, комунікативну, яка підтримує взаємозв'язок між суб'єктами політики, функцію політичної соціалізації, що передає норми та цінності, мобілізаційну, що спонукає до політичних дій, регулятивну, яка впливає на громадську думку та порядок денний, контрольну, що моніторить діяльність влади, інтеграційну або дезінтеграційну, що впливає на суспільну єдність, а також суперечливу маніпулятивну функцію,

спрямовану на прихований вплив на свідомість та поведінку громадян, і, нарешті, функцію легітимації чи делегітимації влади.

При дослідженні психологічного та соціального впливу електоральної комунікації на виборчу поведінку громадян з'ясовано, що цей вплив є надзвичайно складним та багатограним явищем, яке формує не лише реакції на політичні стимули, але й глибинні ціннісні орієнтації та патерни політичної участі, при цьому засоби масової інформації, як традиційні, так і новітні, виступають потужним інструментом формування суспільної свідомості та впливу на електоральні преференції, активно конструюючи політичну реальність для значної частини громадян. Було встановлено, що вплив ЗМІ часто має прихований характер і реалізується через маніпулятивні технології, спрямовані на створення міфів, формування образу ворога та програмування активності або пасивності електорату. Психологічні механізми сприйняття, такі як нейролінгвістичне програмування, вибіркоче сприйняття інформації та ефект дрімаючої пам'яті, активно використовуються політтехнологами для впливу на підсвідомість виборців, а партійна ідентифікація, хоча її значущість у пострадянських країнах є дискусійною, залишається важливим фактором структурування політичних орієнтацій, причому в українському контексті ідентифікація часто відбувається з особистістю, а не з ідеологією. Електоральна диференціація України, зумовлена комплексом історичних, етнокультурних та соціально-економічних чинників, активно використовується в електоральній комунікації для мобілізації конкретних сегментів електорату.

Аналіз практики застосування традиційних та цифрових комунікаційних технологій у виборах на прикладі України та зарубіжних країн показав, що впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у виборчий процес відбувається глобально, маючи на меті вдосконалення виборчих процедур, хоча в Україні еволюція виборчих технологій часто

демонструвала неефективність через використання застарілих підходів. Сучасні виборчі кампанії все частіше інтерпретуються як війна, що ведеться іншими засобами, де медіа виступають і полем битви, і інструментом її ведення, а в українському політичному просторі активно використовуються брудні виборчі технології. Політичні партії змушені трансформуватися в медіа-організації, продукуючи контент для різних платформ соціальних медіа, таких як Facebook, Twitter, Instagram та YouTube, кожна з яких вимагає специфічного підходу. В Україні обговорюється та досліджується можливість впровадження нових виборчих технологій, зокрема інтернет-голосування, на що вказують ініціативи Міністерства цифрової трансформації та дослідження IFES, хоча існують серйозні застереження щодо кібербезпеки, надійної автентифікації виборців та запобігання примусу. Досвід Естонії свідчить про можливість успішного впровадження електронного голосування за наявності розвиненої інфраструктури електронного урядування та системи ідентифікації громадян, проте будь-яка нова технологія повинна мати позитивний вплив на ключові виборчі принципи, такі як доброчесність, активність виборців та підзвітність.

Оцінка ефективності інформаційно-комунікативного впливу на виборців, з урахуванням інструментів мобілізації, маніпуляції та протидії, виявила, що трансформація інформаційного простору надає суб'єктам політичних маніпуляцій нові можливості для посилення пропагандистського впливу, особливо в умовах глобальної цифровізації. Соціальні мережі, ставши ключовим інструментом комунікації, суттєво впливають на формування суспільної думки, але їх неконтрольоване використання може призводити до дезінформації та паніки, що продемонстрував досвід України під час Євромайдану та російсько-української війни, де соціальні медіа були як інструментом організації протестів, так і об'єктом інформаційних атак. Політичні актори

та державні службовці активно використовують соціальні медіа для повсякденної комунікації, кризового менеджменту та електоральних кампаній, однак це середовище вимагає гнучкості, оскільки стандартні схеми маніпуляції працюють погано. Ефективна стратегічна комунікація, як показує український досвід, тісно пов'язана з послідовними діями, суспільною єдністю та національною ідентичністю, причому комунікація в умовах війни стає питанням життя і смерті. Протидія дезінформації є багатогранним завданням, що передбачає підтримку незалежної журналістики, медіаграмотність, фактчекінг, маркування контенту, розробку контрнарративів, забезпечення кібербезпеки виборів та державні заходи протидії операціям впливу. В Україні після російської агресії було вжито заходів для обмеження російського впливу в інформаційному середовищі, включаючи створення Міністерства інформаційної політики та ухвалення Доктрини інформаційної безпеки, і українське суспільство загалом високо оцінює зусилля уряду у протидії російській дезінформації під час повномасштабної війни, хоча існують проблеми дублювання функцій та недостатньої координації державних органів, а неурядовий сектор відіграє ключову роль у цій боротьбі. Забезпечення прозорості фінансування виборчих кампаній та протидія використанню "диких капіталів" є важливими передумовами для зменшення маніпулятивного впливу на виборців, а повсюдне застосування маніпулятивних технологій призводить до зростання недовіри громадян до влади. Наукова значущість отриманих результатів полягає у поглибленні теоретичних уявлень про роль та функції інформаційно-комунікативних інструментів у сучасних виборчих процесах, систематизації їх класифікації та виявленні психологічних і соціальних механізмів їхнього впливу на електоральну поведінку. Практична значущість роботи полягає у можливості використання її висновків та узагальнень політичними партіями, виборчими штабами, органами державної влади, громадськими організаціями та дослідниками для розробки ефективних комунікаційних стратегій, вдосконалення виборчого

законодавства, підвищення рівня медіаграмотності населення та протидії маніпулятивним впливам і дезінформації в електоральних кампаніях.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар, Є. Н. (2025). ПОЛІТИЧНА ПРОПАГАНДА: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВИВЧЕННІ ФЕНОМЕНУ. Національні інтереси України, 3(8), 1095-1103.
2. Віннічук, О. В., Кобильник, В. В. (2023). Практика застосування виборчих технологій під час президентських електоральних кампаній в Україні [Текст]. *Politology Bulletin*, Вип. 90, С. 272–284.
3. Гринчишин, О. М. (2023). Особливості виборчих технологій в умовах сьогодення. *АКАДЕМІЧНІ ВІЗІЇ*, Вип. 22.
4. Гринчишин О. М. (2023). Особливості виборчих технологій в умовах сьогодення. *АКАДЕМІЧНІ ВІЗІЇ*, вип. 22.
5. Данько-Сліпцова, А. А., Коваленко, Н. А., & Жорнокуй, У. В. (2024). ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ПІД ЧАС КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 35(3. Частина 2), 218-226.
6. Добиш, М. П. (2018). Сучасні тренди електорально-географічних досліджень в світі та розвиток електоральної географії в Україні. *Укр. геогр. журн.*, 4(104), 33-40.
7. Жаровська, І. М., Ковальчук, В. Б. (2020). Цифрові технології у виборчому процесі: теоретичні аспекти відповідності демократичним стандартам [Текст]. *ScienceRise: Juridical Science*, № 4(14), С. 1–10.
8. Зражевська Н. І. (2010). *Комунікаційні технології : курс лекцій*. Черкаси : Брама-Україна. 224 с.
9. Іващенко, В. Л. (2021). *Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник*. Київ: ТОВ «Видавництво "Розумники"». 192 с.
10. Катт, Х., Елліс, Е., Мейлі, М., Волл, А., Вулф, П. (2016). *Дизайн системи адміністрування виборів : випр. і допов. вид.* [Текст]. Стокгольм : International IDEA ; IFES. 464 с.

11. Кочубей, Л. (2004). Методи соціально-психологічного впливу на електорат. Політичний менеджмент, (1), 99.
12. Кочубей Л. (2004). Методи соціально-психологічного впливу на електорат. політичний менеджмент, №1, 99-101.
13. Мельниченко, А. А., Акімова, О. А. (2022). Проблеми і перспективи електоральноїсоціології в Україні.
14. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України [Текст]. (2010). Вип. 50.
15. Остапенко М. (2012). Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження. Політичний менеджмент, № 3, С. 135.
16. Останець, О. О. (2022). Електоральна поведінка: сутність та основні теоретико-методологічні підходи до її вивчення.
17. Остапець, Ю. (2023). Основні напрямки електоральних досліджень в Україні.
18. Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф. та ін. (2011). Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. Київ : ВІПОЛ. 248 с.
19. Потіха А. (2023). Інформаційно-аналітичний ресурс засобів масової комунікації політичних партій України 1990-2010-ті рр. : монографія / наук. ред. М. Закіров ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ. 192 с.
20. Приймаченко, Н. (2009). Інформаційні технології як інструменти впливу на думку виборців. Стартова › Номер журналу: №4 2009 › Стаття, Тематика: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ, (4).
21. Рум'янцева, С. В. (2017). Медіа-технології у виборчому процесі: світові тенденції та українська практика. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Харків.
22. Сав'як, У. І. (2015). Особливості електоральної поведінки українців через призму позачергових парламентських виборів 2014 року.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», Київ.

23. Смолянук В. Ф. та ін. (2021). Політичні технології в сучасних владних процесах : навчальний посібник. К.: КНЕУ. 328 с.
24. Токар-Остапенко О. В. (2021). Дистанційне електронне голосування як механізм реалізації виборчих прав громадян України, що перебувають за кордоном у контексті застосування європейських стандартів електронного голосування : аналіт. доп. Київ : НІСД. 39 с.
25. Узніченко, В. (2012). Вплив засобів масової інформації на електоральні орієнтири молоді. Стартова › Номер журналу: №2 2012 › Стаття, Тематика: ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ, (2).
26. Фарафонова І. А. (2023). ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ЕЛЕКТОРАТ. *Politology Bulletin*, вип. 91, 88-101.
27. Чорненький, О. О. (2022). Використання засобів інформаційно-комунікаційних технологій в політологічних дослідженнях. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, серія «Питання політології»*, (42), 38-44.
28. Штурхецький, С. В. (2011). Комунікативний потенціал місцевого самоврядування в Україні [Текст] : монографія. Рівне : ТОВ «Овід». 148 с.
29. Alforov, V. (2023). Framing Wartime Resistance: A case study of Ukrainian digital political communication: Master's Thesis. Corvinus University of Budapest, University of Glasgow, University of Tartu. Budapest, Hungary. 74 p.
30. Asimakopoulos G., Antonopoulou H., Giotopoulos K., Halkiopoulos C. (2025). Impact of Information and Communication Technologies on Democratic Processes and Citizen Participation. *Societies*. Vol. 15, no. 40. С. 1–41.

31. Asimakopoulos G., Antonopoulou H., Giotopoulos K., Halkiopoulou C. (2025). Impact of Information and Communication Technologies on Democratic Processes and Citizen Participation. *Societies*. Vol. 15, № 2. P. 40.
32. Bateman, J., Jackson, D. (2024). Countering Disinformation Effectively: An Evidence-Based Policy Guide [Текст]. Washington, DC : Carnegie Endowment for International Peace. 130 c.
33. Beschasnaya A., Sidorov N. (2019). Information and Communication Aspects of the Formation of Political Consciousness. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*.
34. Borz G., De Francesco F. (2024). Digital political campaigning: contemporary challenges and regulation. *Policy Studies*. Vol. 45, no. 5. C. 677–691.
35. Brandao F. (2022). Stabbed Democracy: How Social Media and Home Videos Made a Populist President in Brazil. *Electoral Campaigns, Media, and the New World of Digital Politics*. Ann Arbor :University of Michigan Press.
36. European Commission. (2024). Ukraine 2024 Report : commission staff working document [Текст]. 105c.
37. Gherghina S., Marian C. (2024). Election campaign and media exposure: explaining objective vs subjective political knowledge among first-time voters. *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*. Vol. 32, no. 1. C. 37–53.
38. Horbyk, R., Dutsyk, D., Shalaiskyi, S. (2023). Effectiveness of Russian Disinformation Counteraction in Ukraine in a Full-Scale War :analytical report [Текст]. Ukrainian Media and Communication Institute NGO. 66 p.
39. International Foundation for Electoral Systems (IFES). (2020, February). Feasibility Study On the Introduction of New Elections Technology for Ukraine.

40. International Foundation for Electoral Systems. (2020). Feasibility Study On the Introduction of New Elections Technology for Ukraine. 56 c.
41. Karásková, I., Bērziņa-Čerenkova, U. A., Němečková, K. (2023, November). Foreign Electoral Interference Affecting EU Democratic Processes. Authority for European Political Parties and European Political Foundations. 81 c.
42. Lomzhets Y., Dmytruk I., Dubinskyi I. (2021). Electronic Online Voting in Ukraine: Realities and Prospects. SHS Web of Conferences, 100.
43. López-López P. C., Barredo-Ibáñez D., Jaráiz-Gulías E. (2023). Research on Digital Political Communication: Electoral Campaigns, Disinformation, and Artificial Intelligence. Societies. Vol. 13, № 5. P. 126.
44. Nilsson, P.-E., & Ekman, I. (2024). "BE BRAVE LIKE UKRAINE": STRATEGIC COMMUNICATION AND THE MEDIATIZATION OF WAR. NATIONAL SECURITY AND THE FUTURE, 25(1), 21-64.
45. Reznik O., Slinko T., Kravchuk M., Serohin V., Streliaanyi V. (2021). USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE ELECTION PROCESS: UKRAINIAN REALITIES AND FOREIGN EXPERIENCE. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues, т. 24, вип. 1.
46. Reznik O., Slinko T., Kravchuk M., Serohin V., Streliaanyi V. (2021). USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE ELECTION PROCESS: UKRAINIAN REALITIES AND FOREIGN EXPERIENCE. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues. Vol. 24, iss. 1. C. 1–9.
47. Roztocki N., Soja P., Weistroffer H. R. (2019). The role of information and communication technologies in socioeconomic development: towards a multi-dimensional framework. Information Technology for Development. Vol. 25, no. 2. C. 171–183.

48. STUDY ON THE USE OF INTERNET IN ELECTORAL CAMPAIGNS. (2017). COUNCIL OF EUROPE. CONSEIL DE L'EUROPE. DGI,2017(11).
49. Taras D. (2022). How Digital Media Has Changed Elections: An Introduction. B: Taras D., Davis R. (ред.). Electoral Campaigns, Media, and the New World of Digital Politics. University of Michigan Press.
50. Wagner K., Gainous J. (2022). Trending Politics: How the Internet Has Changed Political News Coverage. B: Taras D., Davis R. (ред.). Electoral Campaigns, Media, and the New World of Digital Politics. University of Michigan Press.
51. Zakharchenko A., Maksimtsova Y., Iurchenko V., Shevchenko V., Fedushko S. (2019). Under the Conditions of Non-Agenda Ownership: Social Media Users in the 2019 Ukrainian Presidential Elections Campaign.

## АНОТАЦІЯ

Миршниченко А. С. Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в електоральних процесах та їхній вплив на виборців (бакалаврська робота). Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2025. 61 с. (рукопис).

У бакалаврській роботі проаналізовано роль інформаційно-комунікативних інструментів у сучасних виборчих кампаніях. Особливу увагу приділено трансформації політичної комунікації під впливом цифрових технологій, зокрема соціальних медіа, онлайн-платформ та штучного інтелекту. Досліджено механізми впливу електоральної інформації на поведінку виборців, включаючи мобілізаційні та маніпулятивні технології. Проаналізовано зарубіжний і вітчизняний досвід застосування таких інструментів у виборах. Узагальнено вплив цих засобів на формування політичної свідомості та громадської думки, а також окреслено перспективи їх розвитку та регулювання в контексті зростання загроз дезінформації.

Ключові слова: політична комунікація, інформаційні технології, вибори, електоральна поведінка, дезінформація, соціальні мережі.

## ANNOTATION

Myrshnychenko A. S. Information and Communication Tools and Means in Electoral Processes and Their Impact on Voters (Bachelor's Thesis). Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University, 2025. 61 p. (manuscript).

This bachelor's thesis explores the role of information and communication tools in contemporary electoral campaigns. Special attention is given to the transformation of political communication under the influence of digital technologies, particularly social media, online platforms, and artificial intelligence. The study investigates the psychological and social mechanisms of electoral communication, including mobilization, persuasion, and manipulation techniques. It analyzes both international and Ukrainian practices of using such tools during elections and summarizes their influence on political awareness and public opinion. The work also outlines the future development and regulation of these tools in the context of increasing disinformation threats.

Keywords: political communication, information technologies, elections, voter behavior, disinformation, social networks.

**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**  
**Мирошниченка Антона Сергійовича**  
**на тему: «Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в**  
**електоральних процесах та їхній вплив на виборців»**

Актуальність теми Мирошниченка Антона Сергійовича обумовлена необхідністю швидкого реагування на зміни, що відбуваються у сучасному світі високих технологій, поєднаних із глобалізаційними процесами. Автор, безумовно, обрав перспективний вектор розвідок, що стосується впливу політичних технологій, а саме інформаційно-комунікативних інструментів та засобів на електоральні процеси. Він вірно визначає, що політичні процеси сьогодні перебувають у стані трансформацій, необхідним є розуміння та вплив на більш широке коло учасників суспільної взаємодії.

Робота А. С. Мирошниченка є вдалим прикладом звернення до актуальної теми визначення передумов для впливу політичних технологій, на підвищення та зниження політичної активності серед населення. Автор продемонстрував вміння використовувати необхідні методи дослідження. Наприклад, порівняльний аналіз застосовувався для зіставлення практик використання комунікаційних технологій у виборчих кампаніях в Україні та зарубіжних країнах, а також для порівняння ефективності традиційних та цифрових інструментів. Інституційний метод допоміг дослідити роль політичних інститутів, таких як політичні партії, ЗМІ та органи адміністрування виборів, у використанні та регулюванні інформаційно-комунікативних технологій. Контент-аналіз застосовувався для вивчення змісту повідомлень у ЗМІ та соціальних мережах під час виборчих кампаній.

Позитивними аспектами роботи є, на нашу думку, наступні складові: достатньо широке коло сучасних джерел та літератури, 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 визначення концептуальних

складових проблематики, надає критичний погляд, вміло користується широким добром методів дослідження, розробляє власні підходи до оцінки ефективності інформаційно-комунікативних інструментів та засобів. У першому розділі викликає схвалення те, що автор проводить зв'язок психологічного та соціального впливу електоральної комунікації та виборчої поведінки громадян. Автор достатньо докладно розкриває специфіку мобілізації та демобілізації електорату у контексті політичних технологій. На особливу увагу заслуговує те, що автор підіймає питання моральності щодо політичних процесів сучасності, робота має виховний аспект та демонструє активну громадянську позицію автора. У другому розділі автор аналізує використання традиційних та цифрових комунікаційних технологій у виборах на прикладі України та зарубіжних країн. Оцінка ефективності з боку автора спрямована на досвід впровадження інтернет-голосування, використання соціальних медіа, брудних технологій, а також інструменти мобілізації, маніпуляції та стратегії протидії дезінформації.

Запропоновані здобувачем заходи і пропозиції заслуговують на схвальну оцінку, виявляють високий рівень фахової підготовки та здатність автора до наукових розвідок. Слід зазначити, що висновки та пропозиції Антона Мирошниченка мають практичну цінність для організації управлінських процесів у політичній сфері та перспективи використання, щодо вдосконалення інструментів впливу на політичну поведінку громадян, задля демократизації суспільства.

Питання, визначені в роботі, розкрито, але вона не позбавлена окремих недоліків. Автору слід було б звернути більшу увагу на вплив умов глобалізації на політичні технології, чи впливає глобальний порядок денний на процеси мобілізації/демобілізації громадян, як електорату, як це набуває реалізації у інформаційно-комунікативній сфері. У пункті 1.2. «Психологічний та соціальний вплив електоральної комунікації на виборчу поведінку громадян» доцільно було, згадати про явище пост-демократії та провести зв'язок пост-правди та пост-демократії. Це не зменшує цінність самої роботи та не впливає на її цілісність.

У цілому кваліфікаційна робота бакалавра «Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в електоральних процесах та їхній вплив на виборців» за всіма формальними та змістовними критеріями відповідає встановленим вимогам та заслуговує на високу оцінку (90 балів за 100-бальною шкалою), а її автор, Мирошниченко Антон Сергійович, 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**  
**Мирошниченка Антона Сергійовича**  
**на тему: «Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в**  
**електоральних процесах та їхній вплив на виборців»**

Кваліфікаційна робота А. С. Мирошниченка є ґрунтовним дослідженням на стику політичної теорії, комунікативістики та виборчих технологій. У контексті стрімкої цифровізації політичних процесів та загострення боротьби за електоральні ресурси тема роботи видається надзвичайно актуальною й практично значущою. Особливої уваги заслуговує те, що автор досліджує як традиційні, так і сучасні цифрові засоби впливу на виборця, зокрема інструменти маніпуляції, нейролінгвістичного програмування, алгоритмічної комунікації.

У першому розділі студент приділив значну увагу теоретичним засадам комунікативного впливу в політиці, охопивши поняття, класифікації та функції інформаційно-комунікативних інструментів. Добре структурований і логічно вибудований аналіз охоплює широкий спектр джерел, серед яких сучасні українські й зарубіжні автори, а також нормативно-аналітичні матеріали. Варто зазначити, що А. С. Мирошниченко виявив високий рівень розуміння міждисциплінарної природи теми, поєднавши політологічні, соціологічні й психологічні підходи.

У другому розділі кваліфікаційної роботи детально досліджено практику використання як традиційних, так і цифрових інформаційно-комунікативних технологій у виборчих кампаніях України та інших країн. Цінним є підхід до аналізу маніпулятивних технік, оцінка ефективності впливу на виборця, а також акцент на ризиках, пов'язаних із дезінформацією, «чорним» PR та алгоритмічним таргетингом.

Робота має практичну спрямованість: автор не лише описує, а й критично аналізує сучасні технології політичної комунікації, пропонуючи рекомендації щодо їхнього використання. Варто також відзначити обсяг джерельної бази (50

найменувань) та добру аргументацію, що базується на сучасних дослідженнях і кейсах із міжнародної практики. Структура роботи є логічною, розділи добре пов'язані між собою, висновки відповідають поставленій меті й завданням. Автор продемонстрував здатність до системного аналізу, критичного мислення, узагальнення теоретичних підходів та їх застосування до реальних кейсів.

Серед незначних недоліків можна відзначити дещо перевантажену стилістику окремих фрагментів тексту (надмірна науковість формулювань), а також бажано було б чіткіше виокремити концептуальну новизну дослідження у вступі. Втім, ці моменти не знижують загального позитивного враження від роботи.

У цілому кваліфікаційна робота бакалавра «Інформаційно-комунікативні інструменти та засоби в електоральних процесах та їхній вплив на виборців» повністю відповідає вимогам до бакалаврських робіт, демонструє високий рівень професійної підготовки здобувача й заслуговує на оцінку «відмінно» (90 балів за 100-бальною шкалою), а її автор, Мирошніченко Антон Сергійович, 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