

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Факультет психології, політології та соціології

Кафедра політичних теорій

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

«АГІТАЦІЯ ЯК ВИБОРЧА ТЕХНОЛОГІЯ»

Виконала: здобувачка вищої освіти 2 курсу

денної форми навчання

галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові
науки»

спеціальність 052 – «Політологія»

Федюніна Аліна Ігорівна

Керівник – д.політ.н., проф.

Мамонтова Елла Вікторівна

Рецензент – к.політ.н., доц.

Завгородня Юлія Володимирівна

Одеса – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретико методологічні засади дослідження політичної агітації.....	5
1.1 Політична агітація як наукова категорія.....	5
1.2 Історія розвитку агітації в контексті політичної теорії.....	14
РОЗДІЛ 2. Місце та роль агітації у політичному процесі.....	21
2.1 Цілі та напрямки агітаційної діяльності.....	21
2.2 Маніпуляційний потенціал та вплив політичної агітації на суспільство.....	28
РОЗДІЛ 3. Прикладні аспекти виборчої агітації.....	37
3.1 Організаційно-правові аспекти агітаційної діяльності у виборчій кампанії.....	37
3.2 Специфіка використання виборчої агітації в Україні.....	46
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлюється кількома ключовими факторами. По-перше, зростаюча роль інформаційних технологій та соціальних медіа в сучасному суспільстві значно трансформувала традиційні методи агітації, відкриваючи нові можливості для впливу на виборців. По-друге, посилення інформаційного простору вимагає від політичних акторів адаптації до змінюваної медіа-атмосфери, що включає не тільки розуміння нових комунікаційних каналів, але й розвиток ефективних стратегій для їх використання. По-третє, актуальність дослідження підкріплюється необхідністю забезпечення прозорості та чесності виборчих кампаній, що є основою демократичних процесів. В умовах поширення фейкових новин та маніпулятивних технік важливо виявляти та аналізувати методи агітації, які використовуються для впливу на громадську думку. Крім того, розвиток демократії в різних країнах ставить перед дослідниками завдання зрозуміти, як агітація як виборча технологія адаптується до різноманітних політичних, культурних та соціальних контекстів. Таким чином, вивчення агітації як виборчої технології є актуальним для розуміння сучасних виборчих кампаній, стратегій впливу на виборців та зміцнення демократичних інститутів. Проблематику агітації як політичної технології досліджували чимало років і своїми дослідженнями з цієї теми виділяються роботи таких авторів - вчених, як О. Власенко, Л. Кочубей, Г. Почепцов, Т. Шевченко, Д. Чапман, Г. Лассуєлл та інші.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження полягає в розкритті та розумінні ключових аспектів агітації як виборчої технології в контексті сучасної політичної ситуації. Завданням роботи є визначення впливу агітації на виборців, аналіз її ефективності та виявлення стратегій, що використовуються політичними акторами для досягнення своїх цілей під час виборчих кампаній.

Для досягнення даної мети були поставлені такі завдання:

- дослідити ступінь наукової розробки проблеми та сформулювати категоріальний апарат дослідження;

- розглянути історію розвитку агітації в контексті політичної теорії;
- окреслити цілі та напрямки агітаційної діяльності;
- проаналізувати маніпулятивну складову агітації;
- дослідити вплив агітації на демократичні процеси;
- розкрити етичні аспекти агітації;
- висвітлити організаційно-правові аспекти агітаційної діяльності у виборчій кампанії.

Ці завдання в сукупності сприяють глибокому розумінню агітації як важливого елемента виборчих технологій, її впливу на політичні процеси та можливостей для забезпечення більш справедливих та прозорих виборів.

Об'єктом дослідження є політична агітація як інструмент впливу на масову свідомість.

Предметом дослідження є специфіка агітація як виборчої технології.

Методи дослідження. При дослідженні явища агітації як виборчої технології використовувались як загальні [метод аналізу, синтезу, індукції та дедукції, метод від абстрактного до конкретного], так і спеціальні наукові методи, які були визначені метою, завданнями та складністю наукового дослідження. Специфікою дослідження виборчої агітації було обумовлено необхідність використання історичного, інституційного та системного аналізу.

Наукова новизна магістерської роботи полягає в комплексному дослідженні агітації як виборчої технології.

Структура магістерської роботи. Робота містить анотацію, вступ, три розділи, які включають шість підрозділів, висновки та список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ АГІТАЦІЇ

1.1 Політична агітація як наукова категорія.

Політична агітація представляє собою активний процес впливу на громадську думку, спрямований на підтримку певних політичних ідей, кандидатів, партій або політичних програм. Головною метою політичної агітації є переконання громадян у правильності певних політичних позицій та залучення їх до активної участі у політичних процесах, таких як вибори чи громадські акції.

Основні поняття, пов'язані з політичною агітацією, включають в себе таку головну фігуру, як агітатора - особу або групу осіб, які виступають із заздалегідь визначеними політичними цілями та намагаються переконати аудиторію у правильності своїх поглядів. Агітатори можуть бути професійними політиками, активістами, журналістами або звичайними громадянами. Не менш важливу роль має громадська думка як сукупність поглядів, переконань і ставлень громадян щодо політичних питань. Політичні агітатори намагаються впливати на громадську думку, щоб отримати підтримку для своїх ідей чи кандидатів. Громадська думка залежить від цільової аудиторії - групи осіб або громадської категорії, на яких спрямована агітаційна кампанія. Цільова аудиторія може бути визначена за віком, статтю, етнічною приналежністю, соціальним статусом та іншими характеристиками. Також розповсюджене поняття кампанії, як організованого набору заходів і заходів з метою рекламування певної політичної ідеї, кандидата або партії. Кампанії можуть бути виборчими, пропагандистськими або спрямованими на підтримку конкретної політичної позиції.

Серед основних інструментів політичної агітації відомі масові засоби інформації, публічні виступи, лобіювання, маніпулювання та пропаганда. Розглянемо кожний інструмент як окреме явище. Масові засоби інформації представляють собою засоби комунікації, такі як телебачення, радіо, газети, соціальні медіа та інші, які використовуються для поширення політичних повідомлень та агітації серед широкої

аудиторії. Публічні виступи - це моменти, коли агітатори виступають перед громадськістю, надаючи голос своїм ідеям і поглядам. Це може включати в себе промови, дебати, виступи на зібраннях та інші форми публічного висловлення. Лобіювання означає процес впливу на законодавців та урядові органи з метою прийняття певних політичних рішень або законодавчих актів, що відповідають інтересам агітаторів. Маніпуляція громадською думкою - це використання різних методів та прийомів для переконання громадської думки в правильності певної ідеї або позиції, навіть якщо ця ідея може бути неточною або приховувати деякі факти. Пропаганда - систематичне та організоване поширення ідеологічних та політичних поглядів з метою впливу на громадську думку.

Агітація, як наукова категорія, вивчається в різних галузях наук і досліджується з різних перспектив і аспектів, зокрема в політиці, соціології, психології та різноманітних комунікаціях. Дослідити таку тенденцію можливо розглянувши категоріальний апарат агітації, наведений нижче. Політична агітація, як явище, вивчає важливий аспект політичного процесу, а саме вплив масової комунікації та агітації на політичну поведінку, громадську думку та формування політичних переконань. Ця галузь наукових досліджень представлена працями таких вчених, як Гарольд Лассвелл [39], Вальтер Ліппманн [41], аналізує різні аспекти комунікації у політичному контексті, включаючи роль засобів масової інформації, політичних медіа та громадських комунікацій у поширенні політичних повідомлень та інформації. Вивчення політичної агітації також охоплює аналіз масової мобілізації громадян, роль політичних рекламних кампаній та стратегій агітації, вплив на громадську думку та процеси прийняття рішень громадянами. Дослідження у сфері застосування політичної агітації сприяє розумінню того, як агітація впливає на функціонування демократичних суспільств і політичних процесів загалом.

Соціальна агітація розглядає важливий аспект впливу громадських рухів, акцій та комунікації на соціальну динаміку та зміни у суспільстві. Цей напрямок наукових

досліджень, представлений пряцями Альберта Бандури [35], Мануеля Кастельса [36], Чарльза Тіллі [43], вивчає різні аспекти соціального активізму та мобілізації громадян, включаючи формування та розвиток громадських рухів, їхній вплив на соціальні трансформації та зміни у соціальних цінностях.

Соціальна агітація підпорядковує різні аспекти соціального активізму, включаючи стратегії та тактики громадських рухів, їхній вплив на політичний процес та роль в зміні суспільства. Соціальна агітація має на меті залучити увагу до важливих соціальних проблем, мобілізувати громадськість для їх вирішення та спонукати до колективної дії. Вона може включати різноманітні форми, такі як публічні мітинги, демонстрації, кампанії у соціальних медіа, освітні програми, публікації та мистецькі виступи.

Основна відмінність соціальної агітації від традиційної політичної агітації полягає у її спрямованості на ширше вирішення соціальних питань та стимулювання суспільного прогресу, а не на просування інтересів окремих політичних сил або особистостей. Через це соціальна агітація часто сприймається як більш нейтральна та об'єктивна. Представники даного напрямку, наприклад, Сідні Тарроу [42], Ернесто Лаклау [38] аналізують, як громадські рухи виникають, організовуються та сприяють соціальним змінам, а також як вони взаємодіють з іншими акторами, такими як урядові органи та корпорації. Ця наукова галузь також досліджує вплив соціальної агітації на формування громадської думки та ставлень, а також на розвиток громадських цінностей і культури. Вона сприяє розумінню того, як громадські рухи можуть впливати на політичні рішення, законодавство та загальний соціальний контекст.

Психологія агітації як науковий напрямок досліджує психологічні аспекти взаємодії з політичними повідомленнями та апеляціями, зосереджуючись на тому, як люди сприймають, обробляють та реагують на агітаційні звернення. Цей напрямок включає вивчення впливу агітації на ставлення, емоції, думки та поведінку людей, а також аналіз методів та стратегій, які використовуються для впливу на громадську

думку та прийняття рішень. Психологія агітації розглядає як когнітивні, так і емоційні компоненти комунікаційного процесу. Вона досліджує, як різні типи повідомлень [фактичні, емоційні, символічні] впливають на сприйняття та переконання людей, як аудиторія обробляє політичну інформацію та які фактори впливають на ефективність агітації.

Особливу увагу в психології агітації приділяється механізмам переконання та впливу, в тому числі використанню риторичних прийомів, мовних образів, повторення та контрастування, а також ролі соціальних та культурних факторів у формуванні політичних переконань. Досліджується, як особистісні характеристики [наприклад, відкритість до досвіду, потреба у когнітивній замкненості] та соціальні фактори [наприклад, груповий тиск, ідентичність] впливають на те, як люди реагують на агітацію.

Також важливим є аналіз ролі медіа у впливі на психологію агітації, особливо у сучасному контексті, де медіа-платформи та соціальні мережі відіграють ключову роль у поширенні політичної інформації. Медіа не просто передають інформацію; вони також впливають на спосіб, у який ця інформація сприймається, обробляється та інтерпретується аудиторією. Через вибір тем, підходів до оформлення новин та акцентів у повідомленнях медіа формують контекст, у якому політична інформація розуміється та оцінюється громадянами. Медіа можуть підсилювати певні повідомлення, надаючи їм більше уваги та виділяючи їх серед іншої інформації. Це особливо актуально у випадку політичної агітації, де певні теми та кандидати можуть бути представлені в більш вигідному або не вигідному світлі. Таке вибіркове висвітлення може впливати на уявлення людей про важливість та достовірність різних політичних питань та персоналій.

Соціальні медіа внесли зміни у способи політичної комунікації, надаючи можливість більш персоналізованого та цільового звернення. Через алгоритми фільтрації контенту та можливість таргетингу, соціальні мережі можуть підсилювати політичні повідомлення, створюючи "інформаційні бульбашки", де користувачі

частіше зустрічаються з інформацією, яка відповідає їхнім вже існуючим переконанням. Роль медіа у впливі на психологію агітації також включає ризики поширення дезінформації та маніпулятивних тактик, які можуть викривляти реальність та впливати на раціональність політичних рішень громадян. Це ставить під сумнів необхідність розвитку критичного мислення та медіаграмотності серед аудиторії.

У працях таких вчених, як Юрій Шайгородський [29], Лідія Орбан-Лембрик [19] аналізується, як громадяни реагують на політичні повідомлення, включаючи їхні емоційні реакції, формування ставлень та мотивацію до політичної дії. Психологія агітації також аналізує вплив когнітивних процесів, які відбуваються в мозку громадян, на їхнє розуміння та прийняття політичних повідомлень.

Ця наукова галузь допомагає розуміти, як різні аспекти агітації можуть впливати на формування політичних переконань та нахилів, а також як психологічні фактори можуть впливати на рішення громадян щодо політичних питань та участь у громадській діяльності. Вивчення психології агітації допомагає розкрити, як громадяни сприймають та реагують на політичні повідомлення, і як це впливає на їхню політичну поведінку.

Комунікація та медіа агітація є важливими аспектами в сучасному політичному та соціальному контексті. Вони вивчаються в рамках політології, комунікаційних наук та медіа-студій. У фокусі цих аспектів досліджуються вплив засобів масової інформації, комунікації та агітації на політичні процеси, громадську думку та виборчі рішення громадян. Комунікація в політиці включає в себе передачу політичних повідомлень, інформації та апеляцій до громадської совісті через різні канали, включаючи традиційні медіа, соціальні мережі, публічні виступи та політичну рекламу. Це дослідження аналізує, як політичні актори використовують комунікацію для впливу на громадян та виборців. Вказати прізвища дослідників. Медіа агітація стосується ролі засобів масової інформації у поширенні політичних повідомлень та апеляцій. Вона досліджує, як засоби масової інформації впливають на формування

громадської думки, створюють образи політичних кандидатів та відображають політичні події.

Огляд історіографії проблеми надає можливість сформулювати категоріальний апарат для наукового вивчення агітації. За часовий період розвитку досліджень в цій галузі визначилися ключові підходи та категорії.

По-перше, агітація вбачається як складний комунікативний процес, що охоплює взаємодію агітаторів та аудиторії через засоби масової комунікації. Цей взаємодійний механізм є ключовим для формування та поширення політичних ідей, переконань та мета-повідомлень. Агітатори, які можуть бути політичними лідерами, активістами чи представниками певної групи, використовують різноманітні канали засобів масової комунікації, такі як телебачення, радіо, інтернет та соціальні мережі, щоб доносити свої ідеї та сповіщення до аудиторії. Цей процес передбачає уміння ефективно впливати на емоційний, інтелектуальний та поведінковий аспекти громадськості. З іншого боку, аудиторія активно сприймає, обробляє та реагує на агітаційні повідомлення. Засоби масової комунікації виступають як медіатори у цьому взаємодійному процесі, формуючи громадську думку, визначаючи прийняття чи відхилення ідей та сприймаючи культурні контексти. Аудиторія може реагувати на агітаційні зусилля різними способами, від прийняття до відмови, і взаємодія може породжувати нові погляди та перетворювати громадські настрої.

Другий аспект полягає в розгляді агітації з символічної перспективи, включаючи аналіз використання символів та мовних засобів для формування ідентичностей та стереотипів. Розгляд агітації з символічної перспективи включає аналіз того, як символи та мовні засоби використовуються для формування ідентичностей та стереотипів. Символи служать важливими елементами в агітаційній комунікації, оскільки вони можуть нести глибокий емоційний заряд та сприяти створенню спільних значень і цінностей. Це може включати в себе використання прапорів, кольорів, слоганів, образів лідерів та інших символічних елементів, які допомагають формувати групову ідентичність та зміцнювати відчуття єдності та

спільності серед прихильників. З іншого боку, агітація часто використовує мовні засоби для створення та поширення стереотипів, які можуть спрощувати складні політичні питання та стимулювати емоційні реакції. Це може бути зроблено через метафори, гіперболізацію, евфемізми або демонізацію опонентів, що допомагає формувати певні уявлення та упередження в суспільній свідомості. Таким чином, символічна агітація є ключовим інструментом у формуванні політичних ідентичностей та соціальних стереотипів, впливаючи на спосіб, яким люди сприймають та інтерпретують політичну реальність. Це важливий аспект політичної комунікації, який має далекосяжні наслідки для суспільно-політичних процесів та поведінки виборців.

Третій напрямок досліджень акцентує увагу на соціальних та політичних наслідках агітації, включаючи вплив на громадську думку та політичні процеси. Соціальні та політичні наслідки агітації охоплюють широкий спектр впливів на громадську думку та політичні процеси. Агітація має потенціал значно впливати на суспільні настрої та ставлення, формуючи політичні переконання та поведінку громадян. Через активну пропаганду ідей та ідеологій, агітація може сприяти політичній мобілізації, стимулюючи участь громадян у виборчих процесах та громадських акціях. Проте, агітація може призвести до поляризації громадської думки, збільшуючи розколи в суспільстві та підсилюючи конфлікти між різними групами. Використання маніпулятивних та демагогічних технік може викривлювати інформацію та сприяти поширенню дезінформації, що негативно впливає на якість політичного діалогу та демократичних процесів. Також важливим аспектом є вплив агітації на формування громадської політики та рішень. Агітація може впливати на сприйняття проблем та потреб громадян, спонукаючи політиків до реагування на ці виклики та формування політичних агенд, що відображають ці змінені уявлення. В цілому, агітація впливає не тільки на індивідуальні установки і поведінку, але й на ширші соціальні та політичні структури, відіграючи ключову роль у формуванні громадської думки та політичних процесів.

Крім того, важливим є контекстуальний аналіз агітації в різних соціокультурних та політичних умовах. [14] Контекстуальний аналіз агітації в різних соціокультурних та політичних умовах відіграє важливу роль у розумінні того, як агітація впливає на різні суспільства та політичні системи. Кожне суспільство має свої унікальні культурні норми, цінності та історичний контекст, які формують сприйняття та ефективність агітаційних звернень. У різних країнах та культурах різні символи, риторика та агітаційні стратегії можуть мати різний вплив на аудиторію. Наприклад, у демократичних суспільствах агітація часто зосереджується на роз'ясненні політичних програм та переконанні виборців у необхідності підтримки певних кандидатів чи партій. У таких умовах важливими стають відкритість інформації та свобода слова. Натомість, в авторитарних режимах агітація може більше зосереджуватися на легітимізації влади та поширенні державної ідеології, часто використовуючи односторонній масовий вплив і обмежуючи відкриту критику. Культурні фактори, такі як релігія, національна історія, соціальні норми та цінності, також впливають на сприйняття та реакцію на агітацію. У різних культурах різні аспекти агітації можуть вважатися більш чи менш прийнятними, а ефективність агітаційних звернень може значно варіюватися. Контекстуальний аналіз агітації дозволяє краще зрозуміти, як різні соціальні, культурні та політичні умови впливають на стратегії та ефективність агітації, а також на те, як агітація впливає на суспільні процеси та політичну динаміку у різних контекстах.

П'ятий аспект визначає агітацію як стратегію влади, де вивчаються її застосування в політичних кампаніях та пропаганді. Визначення агітації як стратегії влади полягає у вивченні її застосування в політичних кампаніях та пропаганді, де вона використовується як інструмент для формування громадської думки, зміцнення позицій певних політичних сил або лідерів та реалізації конкретних політичних цілей. У цьому контексті агітація стає засобом політичної комунікації, який дозволяє владним структурам та політичним діячам впливати на громадську свідомість, мобілізувати підтримку та управляти політичними процесами. Через використання

різноманітних комунікативних каналів, таких як ЗМІ, соціальні мережі, публічні виступи та інші форми, агітація може формувати політичний порядок денний, висвітлювати певні теми та питання в більш вигідному світлі, та впливати на сприйняття політичних фігур або ідей. Важливим аспектом такої агітації є її здатність конструювати реальність та формувати стереотипи, що важливо для підтримки влади та легітимізації політичних рішень. Агітація як стратегія влади вимагає усвідомленого та критичного підходу до її аналізу та інтерпретації, щоб розуміти вплив та наслідки її застосування у політичному житті.

Нарешті, психологічні аспекти агітації досліджують вплив на психіку та психологічні процеси індивідів, ураховуючи механізми формування ставлення та переконань. Психологічні аспекти агітації зосереджуються на вивченні того, як агітаційні повідомлення та методи впливають на психіку та психологічні процеси індивідів, ураховуючи механізми формування ставлення та переконань. Цей напрямок дослідження включає аналіз того, як люди сприймають, обробляють та інтерпретують інформацію, надану під час агітації, та як це впливає на їхні відносини, думки та поведінку. Важливими факторами є емоційний вплив, переконливість меседжів, когнітивні упередження та соціальні впливи, які впливають на формування та зміну політичних ставлень і переконань. Дослідження у цій області охоплюють різні аспекти, включаючи роль особистісних особливостей, як-от потреба у когнітивній замкненості, вразливість до переконання, рівень освіти та інші індивідуальні розбіжності, які впливають на те, як люди реагують на агітацію. Також важливим є контекст, в якому подається агітаційний матеріал, оскільки соціальне оточення, культурні норми та поточні події можуть значно впливати на ефективність агітації. Психологічні дослідження агітації допомагають зрозуміти, чому деякі агітаційні стратегії більш ефективні за інші, як формуються та змінюються політичні переконання, та як можна ефективно впливати на громадську думку та політичні поведінки.

Таким чином, політична агітація як наукова категорія є багатограним та динамічним об'єктом дослідження, який вимагає постійного аналізу та оцінки з точки зору її впливу на політику, суспільство та індивідуальну свідомість.

1.2 Історія розвитку агітації в контексті політичної теорії.

Політична агітація, як феномен суспільного життя, має багатогранну історію та глибокі корені, які простягаються в глибину політичної історії людства. Цей предмет вивчення дозволяє розглядати процеси впливу на політичні рішення, формування громадської думки та політичну поведінку громадян.

Багато вчених і дослідників у різних галузях займалися дослідженням агітації та її аспектів. Деякі з них є відомими в галузі політології, соціології, комунікаційних наук, інших соціальних та гуманітарних наук. Найвідомішими дослідниками явища агітації є Гарольд Лассуелл, Герберт Блумер, та інші. Харольд Двайт Лассуелл [1902-1978] був відомим американським політологом і дослідником у галузі політичної комунікації. Його дослідження та праці великим чином вплинули на розуміння ролі медіа та агітації в політичних процесах. Лассуелл був одним із піонерів у галузі вивчення комунікації та впливу медіа на політичні рішення та громадську думку. Лассуелл активно досліджував роль медіа, зокрема радіо та телебачення, у політичних кампаніях та агітації. Він підкреслював важливість медіа як основного джерела інформації для громадян та наголошував на їхньому впливі на формування громадської думки та виборчі рішення. Лассуелл також вивчав роль медіа у політичних рекламних кампаніях та виборчих стратегіях. Його роботи заслуговують на визнання у галузі політичної комунікації та є важливими джерелами для вивчення агітації та її впливу на політичні процеси.

Герберт Блумер [1900-1987] був відомим американським соціологом і представником школи символічного взаємодії, який досліджував соціальні взаємодії, включаючи агітацію, з точки зору того, як індивіди сприймають та тлумачать соціальні події та взаємодіють один з одним. Герберт Блумер вніс вагомий внесок в розуміння соціальних рухів, громадських акцій і агітації. Він розглядав їх як результат

соціальної взаємодії і спільного тлумачення подій і ситуацій. За підходом Блумера, люди взаємодіють, використовуючи символи та спільно приймають значення, що надають соціальним подіям. Його підхід був важливим для розуміння того, як громадські рухи та агітація відбуваються в соціальному контексті і як індивіди сприймають та реагують на соціальні зміни та політичні події. Він підкреслював важливість сприйняття та інтерпретації для розуміння агітації та громадських рухів.

Щоб краще розуміти сутність та розвиток політичної агітації, важливо розглянути деякі ключові етапи та аспекти її історії. Коріння політичної агітації можна відстежити в античній Греції та Римі, де оратори виступали перед публікою, використовуючи красномовність та мистецтво переконання для впливу на політичні рішення та громадську думку. Агітація в давньогрецькій історії відігравала важливу та впливову роль у формуванні політичних процесів, громадської думки та прийняття важливих політичних рішень. Давньогрецька цивілізація, яка існувала між VII і IV століттями до н.е., була відома своєю демократією та активною громадською участю у політичних процесах. Давньогрецькі агітатори, відомі як оратори, володіли майстерністю слова та вмінням переконувати громаду у правильності своїх поглядів. Один із найвидатніших ораторів цього періоду був Демосфен. Він активно виступав перед афінськими громадянами, вказуючи на загрози для Афін та переконуючи їх діяти на користь політичної стабільності та демократії. Агітація виступала як засіб впливу на важливі події, такі як персійські війни. Грецькі політики та воїни використовували агітацію, щоб мобілізувати громадян до об'єднання та спільної боротьби проти персійських загарбників. Це допомагало зберегти грецьку незалежність і створити єдину фронтову лінію проти ворога. Публічні виступи, дискусії та розмови були нормою в давньогрецькому суспільстві. Це були місця, де агітатори мали можливість вплинути на громадську думку та створити єдність в суспільстві навколо важливих політичних питань. У підсумку, агітація в давньогрецькій історії відігравала важливу роль у сприянні розвитку демократії, зміцненні громадянського суспільства та формуванні громадської свідомості. Вона

стала прецедентом для подальших політичних процесів і залишила незабутній слід у історії політичної агітації.

Агітація в давньоримській історії була невід'ємною складовою політичного життя і відігравала критичну роль у формуванні та напрямку політичних рішень в Римській Республіці і подальше в Римській Імперії. В цьому давньому суспільстві політична агітація проявлялася у різних формах і мала великий вплив на життя і долю Риму. Один із найважливіших аспектів агітації в Римі було ораторське мистецтво. Римляни були відомі своєю вмінням виступати перед публікою та переконувати слухачів у своїх ідеях і поглядах. Великі оратори, такі як Цицерон, здатні були майстерно використовувати словесність, щоб впливати на громадську думку та формувати публічну думку. Форуми та конції слугували місцями для публічних обговорень та дебатів, де громадяни висловлювали свої погляди на політичні питання та приймали рішення. Тут агітатори і оратори мали можливість виступати перед аудиторією та впливати на політичні процеси. Крім того, лобіювання та взаємодія з впливовими групами та сенаторами були поширеними практиками. Впливові особистості намагалися залучити підтримку великих фракцій і об'єднань, щоб забезпечити прийняття законів та рішень, які відповідали їхнім інтересам. Загалом, політична агітація в Римській історії була дуже важливою для політичних рухів, прийняття рішень та формування політичного курсу Римської Республіки і Імперії. Вона відігравала ключову роль у визначенні політичних пріоритетів і впливі на долю Риму на протязі багатьох століть.

З роками розвивалося суспільство, а з ним трансформувалося поняття агітації і вже у 18-19 століттях з'явилися перші політичні партії, які стали активно використовувати політичну агітацію для просування своїх ідей та кандидатів. Ранні політичні партії та агітація мають важливе місце в історії політичного розвитку світу. Вони є ключовими складовими демократичних суспільств і інструментами для вираження громадської волі та прагнень громадян. Зародження політичних партій можна відстежити в ранній історії, особливо в контексті розвитку республіканських

форм уряду. В середньовіччі та Ренесансі в Європі почали формуватися різні політичні групи, які представляли різні соціальні та ідеологічні інтереси. З розвитком індустріальної революції та розширенням виборчих прав у 19 столітті, політичні партії стали більш сформованими та впливовими. Вони використовували агітацію, щоб мобілізувати виборців, впливати на громадську думку та забезпечувати свою перемогу на виборах. Агітація включала в себе різні методи, такі як публічні виступи, промови, друковані матеріали, соціальні медіа та інші засоби спілкування, щоб розповсюджувати ідеї та переконання політичних партій. Це дозволяло їм звертатися до виборців, відстоювати свої позиції і здобувати підтримку для своїх кандидатів.

Важливим етапом у історії політичної агітації була боротьба жінок за право голосу. Жіночий рух використовував акції, марші та активну агітацію, щоб досягнути рівних прав і можливостей у політиці. Жіночий суфражизм - це важливий розділ в історії боротьби за рівні політичні права для жінок. Цей рух виник в другій половині XIX століття та продовжувався у XX столітті, і його головною метою було забезпечення жінкам права голосу та активного участі у політичних процесах. Перші ознаки суфражизму з'явилися в Сполученому Королівстві та Сполучених Штатах Америки. Величезний внесок у рух зробили видатні жінки, такі як Елізабет Кеді Стентон, та Емілі Девісон в Великій Британії. Ці жінки активно пропагували ідею, що жінки мають те саме право голосу, що й чоловіки, і вони не повинні бути виключені з політичних процесів лише через стать. Агітація жіночого суфражизму включала в себе різні методи і стратегії. Це були публічні мітинги, демонстрації, петиції, публікації в газетах та літературні твори, що сприяли підвищенню обізнаності та підтримці руху серед громадян. Жінки-суфражистки часто стикалися з опозицією та репресіями з боку урядових структур та консервативних сил, але вони продовжували боротьбу за свої права. Суфражистки в Сполученому Королівстві досягли успіху в 1918 році, коли частина жінок отримала право голосу. У США ж право голосу для жінок було закріплено в Конституції в 1920 році завдяки 19-му поправі. В жіночому суфражизмі агітація відіграла важливу роль у розвитку гендерної рівності та участі жінок у

політичному житті. Цей рух став символом сили та наполегливості жінок у боротьбі за свої права та вплинув на подальший розвиток жіночого руху та феміністичної ідеології. Суфражистки здобули право голосу не лише для себе, але й проклали шлях для подальших зусиль у покращенні статевої рівності та прав жінок в різних сферах життя. [15]

Також яскравим прикладом сили політичної агітації є явище тоталітаризму. Розглянемо період 1920-1940-х років. У цей період режими таких лідерів, як Йосип Сталін в Радянському Союзі, Адольф Гітлер у Німеччині, Беніто Муссоліні в Італії та інші, впроваджували тоталітарні методи управління, які включали в себе масовий терор, ідеологічну пропаганду, політичну репресію та масштабну політичну агітацію. Період тоталітаризму характеризувався систематичним та масштабним використанням політичної агітації для утримання контролю над суспільством та зміцнення влади. Ця форма діяльності включала в себе ряд інструментів, спрямованих на формування ідеології, маніпуляцію громадською думкою та придушення будь-якої опозиції. Центральною частиною політичної агітації в тоталітарних режимах була ідеологічна пропаганда, яка проникала у всі сфери суспільства, включаючи освіту, культуру, засоби масової інформації та релігію. Масові заходи, паради та ритуали використовувалися для підсилення націоналістичних чи ідеологічних уявлень, сприяючи формуванню єдності серед населення. Цензура та контроль над інформацією гарантували, що лише "правильна" інтерпретація подій доходила до громадян, сприяючи створенню вигідного образу влади. Вороги, які штучно створювалися режимом, слугували засобом об'єднання суспільства проти вигаданих загроз. Контроль над освітою та науковими дослідженнями забезпечував формування певних переконань та ідеології серед молодого покоління. Політичні масовки і військові структури розширювались для масштабного контролю над суспільством. У цілому, політична агітація в тоталітарних режимах виступала як ключовий інструмент для формування колективної свідомості, зміцнення лояльності населення та підтримки ідеології влади за допомогою різноманітних стратегій та методів. [39]

В сучасному розумінні виборча агітація все більше зосереджена на використанні різноманітних інформаційних ресурсів, що відображає зміни в технологічному та комунікаційному ландшафті. Розвиток цифрових технологій, інтернету та соціальних мереж значно розширив можливості для політичних акторів у веденні виборчих кампаній. Сучасна виборча агітація включає не тільки традиційні засоби комунікації, такі як телебачення, радіо та друковані видання, але й широко використовує цифрові платформи, включаючи веб-сайти, блоги, соціальні мережі, електронну пошту та мобільні додатки.

Цифрові засоби комунікації надають політичним кампаніям можливість таргетувати свої повідомлення до певних груп виборців, використовуючи зібрані дані для більш ефективного звернення. Це дозволяє кампаніям більш точно визначати інтереси, переконання та поведінку потенційних виборців, адаптуючи свої повідомлення таким чином, щоб максимально вплинути на їхні виборчі рішення. Соціальні медіа грають важливу роль у сучасній виборчій агітації, оскільки вони надають можливість широкого поширення повідомлень, створення інтерактивних та багатосторонніх комунікаційних каналів між кандидатами та виборцями. Через соціальні мережі політичні кампанії можуть не тільки поширювати інформацію про свої програми та ідеї, але й вести діалог із виборцями, отримувати зворотній зв'язок та залучати прихильників до участі у кампанії. Проте, зі зростанням ролі цифрових технологій у виборчій агітації виникають нові виклики, зокрема пов'язані з дезінформацією, маніпуляцією громадською думкою та порушенням конфіденційності даних. Це ставить під сумнів етичні аспекти використання інформаційних технологій у політичних кампаніях та вимагає розробки відповідних правил та регуляцій для забезпечення прозорості та справедливості виборчих процесів.

Таким чином, сучасна виборча агітація знаходиться на перетині технологічних інновацій та політичної комунікації, відкриваючи нові можливості для залучення та

впливу на виборців, одночасно породжуючи виклики, що вимагають ретельного розгляду та відповідального підходу.

РОЗДІЛ 2. МІСЦЕ ТА РОЛЬ АГІТАЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ ПРОЦЕСІ

2.1. Цілі та напрямки агітаційної діяльності.

Агітаційна діяльність розглядається як спеціально організована та спрямована діяльність з метою переконати або вплинути на громадську думку, донести певні ідеї, переконання або цілі до аудиторії. Ця діяльність зазвичай використовується в політичних, соціальних, економічних або професійних контекстах для розв'язання певних завдань чи досягнення певних цілей.

Відомо, що агітаційна діяльність може включати в себе різноманітні засоби та методи, такі як публічні виступи, публікації у ЗМІ, соціальні медіа, демонстрації, лобіювання та інші способи впливу на громадську думку. Головною метою агітаційної діяльності є зміна переконань, ставлення та дійсних дій громадськості або прийняття певних рішень відповідно до висунутих агітаторами ідей чи цілей. Також агітаційна діяльність може бути важливим елементом політичних кампаній, громадських рухів, професійних спілок, активізму та багатьох інших соціальних та суспільних процесів. Агітаційна діяльність може бути класифікована за різними цілями, які передбачаються агітаторами та організаторами. Розглянемо докладну класифікацію за цілями агітаційної діяльності, серед яких фігурують поняття політичної, соціальної, професійної, релігійної, екологічної та економічної агітації.

Політична агітація представляє собою комплексну діяльність, спрямовану на активне впливання на громадську думку з метою досягнення певних політичних цілей. Сутність політичної агітації полягає в систематичному та цілеспрямованому поширенні ідеологічних переконань, політичних поглядів чи підтримки конкретних політичних сил. Завдання політичної агітації можуть бути різноманітними, але в цілому вони спрямовані на здобуття підтримки аудиторії, формування чіткого образу та ідеології, а також викликання або підтримка певних політичних рішень. Цілі політичної агітації можуть включати отримання голосів на виборах, легітимізацію політичного лідера, впровадження конкретних політичних програм чи ідеологій. Однією з ключових аспектів цієї форми діяльності є мобілізація громадськості та

формування колективної свідомості, спрямованої на підтримку певної політичної альтернативи. Політична агітація може використовувати різноманітні інструменти, такі як публічні виступи, збори, розповсюдження інформаційних матеріалів, використання засобів масової інформації та соціальних мереж. Важливим елементом політичної агітації є вміння ефективно комунікувати з аудиторією, враховуючи її потреби та очікування. Здатність створювати емоційний зв'язок та переконливо аргументувати свою позицію дозволяє досягти більшого впливу на громадську думку. Отже, політична агітація становить важливий елемент політичного процесу, спрямований на формування громадської думки та вплив на політичні рішення в рамках демократичного суспільства.

Виборча агітація є ключовою частиною виборчого процесу та демократичної системи, яка дозволяє кандидатам та політичним партіям представляти свої ідеї, програми та цінності перед виборцями. Вона являє собою сукупність заходів та дій, спрямованих на залучення уваги публіки та переконання виборців підтримати певного кандидата чи партію під час виборів. Виборча агітація включає різноманітні форми та методи комунікації, такі як телевізійні та радіореклами, публічні виступи, використання соціальних мереж, розповсюдження друкованих матеріалів, вуличні акції, дебати та зустрічі з виборцями. Важливим аспектом виборчої агітації є її регулювання відповідно до законодавства, яке встановлює правила проведення агітації, в тому числі обмеження щодо фінансування, термінів та місць її проведення. Етичний аспект полягає в необхідності уникати маніпуляцій, неправдивої інформації та недобросовісної конкуренції. Виборча агітація відіграє важливу роль у формуванні політичних переконань та думок, забезпечуючи виборцям інформацію, необхідну для ухвалення обґрунтованого рішення під час виборів. [25]

Агітація є багатограним явищем, яке охоплює чисельні сфери людської діяльності. Зокрема, ключовим елементом громадянського суспільства, спрямованим на активне впливання на соціальне середовище та владні структури для досягнення певних соціальних цілей та покращення умов життя є соціальна агітація. Сутність

соціальної агітації полягає в систематичному та цілеспрямованому виступі громадських груп чи організацій з метою привертання уваги до конкретних проблем, порушення соціальної справедливості чи покращення загального благополуччя. Завдання соціальної агітації містять доволі широкий спектр впливу, серед яких можливо окремо виділити певні аспекти. Наприклад, розширення свідомості громадськості щодо конкретних соціальних питань, розкриття фактів та надання інформації, що може викликати громадський інтерес. Спонування громадян до участі в соціальних рухах, громадських організаціях та інших формах громадянської активності. Створення об'єднаної громадської позиції та думки стосовно конкретних соціальних питань чи проблем. Звертання до владних структур з конкретними вимогами, заклики до змін в законодавстві або впровадження нових соціальних програм. Використання ЗМІ для поширення інформації, створення публічного тиску та звертання до широкої аудиторії. Цілі соціальної агітації можуть включати боротьбу за права та інтереси вразливих груп, боротьбу з соціальною нерівністю, покращення умов праці, забезпечення доступу до освіти та охорони здоров'я, а також загальне підвищення якості життя в суспільстві. Це інструмент, що дозволяє громадянам активно впливати на формування соціальної політики та досягати позитивних змін в суспільстві.

Не менш важливим видом агітаційного впливу є професійна агітація. Професійна агітація – це систематичний та цілеспрямований процес взаємодії в професійних групах, спрямований на представлення та захист інтересів працівників конкретної сфери діяльності. Ця форма діяльності покликана вирішувати різноманітні завдання та досягати визначених цілей, спрямованих на поліпшення умов праці та захист прав працівників. Сутність професійної агітації полягає в активному впливі на формування позитивного сприйняття та підтримки в професійному оточенні. Цей процес передбачає організовану діяльність групи професіоналів з метою вирішення спільних питань, виявлення та виправлення недоліків у сфері праці, а також впливу на прийняття рішень, що стосуються їхніх інтересів та діяльності. Завдання професійної

агітації включають захист прав працівників, поліпшення умов праці, визначення інновацій та покращень у відповідній галузі. Ці завдання реалізуються через лобіювання владних структур, спільні дії професійних груп, та вплив на громадську думку через різноманітні інформаційні канали. Цілі професійної агітації націлені на покращення умов праці, забезпечення справедливої оплати, визначення стандартів безпеки та гігієни праці, а також впровадження нововведень, що сприятимуть розвитку та ефективності в конкретній сфері. Професійна агітація виступає як механізм захисту інтересів та зміцнення єдності в професійному співтоваристві для досягнення спільних цілей та покращення умов трудової діяльності.

Також історично розповсюджене поняття релігійної агітації. Релігійна агітація – це процес систематичного та цілеспрямованого впливу з метою просування конкретних релігійних поглядів, переконань чи доктрин в громадській свідомості. Ця форма діяльності спрямована на розповсюдження віри, мобілізацію громадян та формування їхніх релігійних переконань. Сутність релігійної агітації полягає в активному поширенні та пропаганді конкретної релігійної ідеології, що передбачає організовану діяльність священників, релігійних лідерів та прихильників для впливу на громадську думку та створення атмосфери віри в певні релігійні концепції. Завдання та цілі релігійної агітації включають в себе наступні аспекти, які слід розглянути більш детально. Серед них поширення віросповідання - активна пропаганда та розповсюдження основних вчень та принципів конкретної релігії серед широкого загалу. Місіонерська діяльність здійснення місій з метою привертання нових прихильників та переконання їх у перевагах даної релігійної течії. Формування релігійних спільнот - створення та підтримка релігійних об'єднань, що сприяють взаємодії прихильників та поглибленню їхнього віровчення. Вплив на громадську політику - залучення релігійних груп до громадського та політичного життя з метою впливу на прийняття рішень, що відповідають релігійним цінностям. Моральне виховання - формування та поширення моральних цінностей та етичних норм, які відповідають релігійним доктринам. Релігійна агітація може виявлятися як у формі

релігійних обрядів та проповідей, так і у використанні сучасних засобів масової інформації чи соціальних мереж для розповсюдження своїх ідей. Основною метою є залучення якнайбільшої кількості людей до певної релігійної спільноти та формування певного рівня релігійної свідомості в суспільстві.

В останні роки все частіше людство стикається з екологічними катастрофами та складним питанням збереження природних ресурсів та навколишнього світу. Людям потрібна екологічна агітація для того, щоб привертати увагу суспільства до проблем забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів та інших екологічних проблем. Це сприяє формуванню свідомого ставлення до екологічних питань, мобілізує громадську думку та впливає на прийняття ефективних заходів на рівні уряду, бізнесу та індивідуальних громадян. Екологічна агітація сприяє збереженню біорізноманіття, здоров'ю людей та сталому розвитку, створюючи необхідні умови для збалансованого співіснування людини і природи. Екологічна агітація представляє собою спрямовану діяльність, яка має на меті підвищення усвідомленості суспільства про екологічні проблеми, зміни клімату, та заохочення прийняття природомістких і сталоекологічних рішень. Ця форма агітації виступає ключовим механізмом мобілізації та активізації громадян для взаємодії з природним середовищем та забезпечення сталого розвитку. Сутність екологічної агітації полягає в систематичному та цілеспрямованому звертанні до громадськості, політичних структур та підприємств з метою привертання уваги до екологічних питань та стимулювання дій для їхнього вирішення. Серед завдань екологічної агітації найбільш відомі методи розповсюдження інформації про екологічні проблеми, їхні наслідки та можливі шляхи вирішення серед населення, зокрема через проведення навчальних заходів, лекцій, та інформаційних кампаній. Активна участь в розробці та лобіюванні екологічно орієнтованих законів та ініціатив, спрямованих на зменшення негативного впливу на природу. Також сприяння залученню громадськості до участі в екологічних акціях, волонтерській роботі та екологічних проектах. Створення умов для залучення бізнес-структур та промислових підприємств до прийняття природомістких та

сталоекологічних рішень. Спрямовання зусиль на формування у суспільстві екологічно свідомого способу життя, що передбачає відповідальне відношення до природи та її ресурсів. Екологічна агітація спрямована на вирішення актуальних екологічних проблем, зміцнення екологічної свідомості та створення умов комфортного співіснування, балансу між людською діяльністю та природним середовищем. Це невід'ємна частина екологічного руху, що спрямована на створення екологічно збалансованого та сталого суспільства.

В сучасному світі також особливо велику роль відіграє економічна агітація. Економічна агітація – це систематичний та цілеспрямований вплив на економічні процеси та суб'єктів для досягнення конкретних економічних цілей. Її сутність полягає в активному мобілізаційному впливі на громадян, підприємства, та інші економічні агенти з метою формування певних економічних переконань та заохочення конкретних економічних дій. Завдання та цілі економічної агітації включають просування конкретних економічних ідей, реформ, політичних програм, або заходів, спрямованих на стимулювання економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності країни чи регіону, а також формування сприятливого економічного клімату для певних груп чи секторів. Економічна агітація може виявлятися через різноманітні форми, включаючи публічні заходи, лобіювання, використання мас-медіа та інші комунікаційні канали для масового впливу. Важливою частиною економічної агітації є здатність переконати та мотивувати економічних агентів приймати участь у певних економічних процесах чи діях для досягнення спільних економічних цілей.

Втім, коли говорять про агітацію, перед усім мають на увазі агітацію політичну, а саме виборчу агітацію. Це специфічний вираз політичної агітації, який активно використовується під час виборчих кампаній. Основною метою виборчої агітації є вплив на громадську думку, формування позитивного образу кандидатів чи політичних партій, а також стимулювання виборців до підтримки конкретних політичних сил. Використовуючи різноманітні засоби комунікації, виборча агітація

спрямована на створення емоційно заряджених повідомлень, які мають вплив на виборців та сприяють формуванню їхніх поглядів та переконань. Такий підхід розглядає агітацію як ефективний інструмент впливу на виборців під час періоду виборів, коли конкуренція за підтримку громадськості найвища.

Виборча агітація як різновид політичної агітації відіграє ключову роль у політичних кампаніях, оскільки є основним засобом впливу політичних акторів на виборців. Цей вид агітації включає в себе різноманітні методи та стратегії, спрямовані на формування та зміну політичних переконань і ставлень, а також на мобілізацію підтримки під час виборів. Виборча агітація зосереджена на просуванні кандидатів чи політичних партій, їхніх програм та ідеологій. Вона включає публічні виступи, розповсюдження рекламних матеріалів, дебати, використання засобів масової інформації та соціальних мереж.

Однією з особливостей виборчої агітації є її тимчасовий характер, оскільки вона стає особливо активною перед виборами, маючи на меті досягнення найкращих результатів у короткий час. Через це вона вимагає чіткого планування, використання ефективних комунікаційних стратегій та глибокого розуміння цільової аудиторії. Виборча агітація має важливе значення для демократичного процесу, оскільки сприяє інформуванню виборців про кандидатів і партії, їхні політичні програми та цілі. Вона допомагає виборцям зробити інформований вибір, стимулює участь у виборах та забезпечує здорову конкуренцію між кандидатами. Однак, виборча агітація може мати й негативні наслідки, особливо якщо вона використовує маніпулятивні техніки чи поширює неправдиву інформацію. В таких випадках вона може спотворювати політичний діалог, поширювати дезінформацію та негативно впливати на довіру до виборчого процесу.

Таким чином, виборча агітація як різновид політичної агітації має фундаментальне значення в контексті сучасних виборчих процесів, відіграючи ключову роль у формуванні політичного ландшафту та демократичного діалогу. Як засіб комунікації між політичними силами та виборцями, вона надає можливість

останнім отримувати інформацію про кандидатів, їхні програми та ідеології, дозволяючи формувати обізнане ставлення до виборів. Водночас, виборча агітація є потужним інструментом у руках політиків для мобілізації підтримки, впливу на громадську думку та навіть формування політичної ідентичності. Виборча агітація як різновид політичної агітації має досить складний та багатогранний характер. Її вплив на політичні кампанії, суспільну думку та демократичні інститути є незаперечним, але важливо, щоб цей інструмент використовувався відповідально та з повагою до демократичних принципів та норм. [30]

2.2 Маніпуляційний потенціал та вплив політичної агітації на суспільство.

Ключовим інструментом забезпечення дієвості політичної агітації є маніпуляційний вплив на індивідуальну та масову свідомість. Найбільш яскраво це проявляється під час виборчих кампаній.

Маніпуляція в політиці - це використання різноманітних технік та стратегій з метою отримання певного виграшу або досягнення конкретних політичних цілей. Це складний і тонкий механізм впливу, що ґрунтується на психологічних та інформаційних аспектах для здобуття переваги чи зміни у свою користь. Маніпуляції в політиці можуть приймати різні форми, включаючи використання вигаданих фактів, емоційний тиск, вигідний піар, або навіть перекручення фактів для створення сприятливого для маніпулятора образу. Також, це може включати в себе контроль над інформацією, подачу її у специфічний спосіб для досягнення бажаної реакції чи реальності. Важливо враховувати, що маніпуляція може бути використана різними політичними силами чи індивідами для досягнення різних цілей, включаючи залучення голосів, дискредитацію опонентів, чи приховане впливання на прийняття рішень. Цей процес не завжди очевидний і може відбуватися на різних рівнях політичного взаємодії - від виборчих кампаній до формування публічної думки. Маніпуляція в політиці, також, часто пов'язана з поняттям фальсифікації чи маніпулювання інформацією з метою створення певного образу або впливу на суспільну думку. Вона може викликати значущі наслідки для демократичних

процесів, ослаблюючи довіру громадян до політичних інститутів та призводячи до недостовірного обговорення важливих питань.

Отже, маніпуляційний потенціал - це можливість використання різних методів і впливових засобів для впливу на думку, переконання, поведінку чи емоційний стан інших людей. Це поняття описує здатність впливати на інших так, щоб досягти певних цілей чи отримати певні переваги. Маніпуляції можуть включати в себе різноманітні техніки, такі як емоційне впливання, використання вигідної інформації, формування певних уявлень або зміну сприйняття ситуації. Ці методи можуть бути використані в політиці, бізнесі, освіті та інших сферах для досягнення різних цілей. Маніпуляційний потенціал може бути ефективним інструментом впливу, але водночас він може створювати етичні питання і викликати негативний відгук, особливо якщо використовується з метою обману чи викривлення інформації, тому важливо розвивати критичне мислення та медійну грамотність для впізнавання можливих маніпуляцій та обґрунтованого прийняття рішень. [6]

Маніпуляційний потенціал політичної агітації визначається її здатністю викликати та контролювати емоційні, інтелектуальні та поведінкові реакції суспільства з метою досягнення конкретних політичних цілей. Цей потенціал базується на використанні психологічних та комунікаційних стратегій для формування певних уявлень, переконань і поглядів серед громадян. Політична агітація активно використовує емоційні стимули для маніпулювання масовими настроями. Викликаючи сильні емоції, такі як страх, обурення чи захоплення, агітатори можуть впливати на рішення та поведінку громадян. В наш час найпопулярнішим інструментом політичної агітації є ЗМІ. Засоби масової інформації використовуються як потужний інструмент для маніпуляції громадською думкою. Контроль над інформацією, вибіркове подання фактів та формування образів сприяють впливовій силі агітації.

Особливу роль для маніпуляційного потенціалу політичної агітації має явище символізму. Символічний вплив відіграє важливу роль в політичній агітації, надаючи

конкретним символам, слоганам чи емблемам значущості та емоційного навантаження. Цей аспект агітації стає ключовим елементом для формування образів, ідентифікації груп та створення сприятливого емоційного фону. Символи в політичній агітації часто використовуються для позначення конкретних політичних груп, партій чи рухів. Вони допомагають створювати ідентичність та відрізняти одні об'єднання від інших. Символи стають емблемами, що викликають емоційний зв'язок із громадськістю. Наприклад, національні прапори, логотипи та кольори можуть викликати певні емоції та стимулювати патріотичні чи інші почуття. Ефективні символи дозволяють спростити складні ідеї та концепції, роблячи їх доступнішими для громадськості. Символ може стати короткою формулою ідеї чи цілі. Емблеми та символи використовуються для мобілізації громадян до участі у політичних або громадських подіях. Вони можуть стати магнітами для тих, хто підтримує певні ідеї чи рухи. Політичні фігури також використовують символи для власного брендування. Зазначення конкретними кольорами чи логотипами допомагає створювати впізнаваність та підсилювати образ лідера. Символи можуть мати загальнонаціональне значення, сприяючи об'єднанню різних соціокультурних груп та створюючи почуття єдності серед громадян. Таким чином, символізм в політичній агітації грає роль ключового засобу для комунікації, формування ідентичності та впливу на громадську думку. Ефективні символи стають не лише емблемами конкретних політичних рухів, а й силою, що об'єднує та стимулює взаємодію громадян.

Розглянемо інші аспекти маніпуляційного потенціалу політичної агітації. Доволі розповсюджено таке явище, як маніпулювання інформацією. Тобто, представлення інформації вигідним чином, вибіркове надання фактів, агітаторська інтерпретація подій - це ефективні техніки маніпуляції інформацією для формування певних переконань. Такі дії можуть викликати конкретні асоціації, зокрема, пов'язані з ідеологією, героями чи конкретними подіями, для створення певного емоційного фону.

Маніпулювання ідеологічними уявленнями та цінностями сприяє впливовому формуванню громадської думки та становленню певних політичних позицій. Таким чином, маніпуляційний потенціал політичної агітації може бути як позитивною, так і негативною силою в політичному процесі. Збалансоване розуміння та критичне осмислення інформації, а також врахування різноманітних джерел інформації, є ключовим для збереження об'єктивності та формування обґрунтованих поглядів громадян.

Важливу роль в політичних дослідженнях має безпосередній вплив політичної агітації на суспільство, адже відомо що політична агітація, як ключовий елемент політичного процесу, має значущий вплив на суспільство. Цей вплив розглядається в ряді аспектів, що відображають глибокі зміни у суспільному ландшафті. Агітація визначає громадську думку, формує переконання та керує емоційним станом суспільства. За допомогою різноманітних комунікаційних засобів вона впливає на сприйняття подій, визначає пріоритети громади та створює образ політичних лідерів. Це важливо не лише для визначення агенди, але й для визначення курсу розвитку суспільства.

Мобілізація громадян - інший ключовий аспект впливу політичної агітації. Вона не лише викликає активність громадян, а й стимулює їхню участь у різноманітних подіях, включаючи вибори та громадські рухи. Це веде до формування активної та свідомої громадянської позиції. Політична агітація не лише впливає на думку та активність громадян, але також може розділяти чи об'єднувати суспільство. В залежності від характеру агітації вона може викликати соціальні розриви або, навпаки, об'єднувати людей навколо спільних ідей та цілей. Вплив політичної агітації охоплює не лише внутрішні, але і міжнародні відносини. Образ країни формується на основі агітаційних кампаній, що може впливати на стосунки з іншими країнами та участь у міжнародних ініціативах. [11]

Важливим аспектом впливу політичної агітації є її здатність викликати зміни у суспільних структурах та інститутах. Агітація може стати інструментом для

формування та розвитку громадянського суспільства, активізації громадянської участі та зміцнення соціальних зв'язків. Процес агітації може викликати глибокі соціокультурні зміни, сприяючи розвитку суспільства як цілісної та відповідальної громади. Агітація може стати потужним інструментом для формування та розвитку громадянського суспільства, активізації громадянської участі та зміцнення соціальних зв'язків, використовуючи свій вплив для сприяння активному залученню громадян у суспільно-політичне життя. Позитивно спрямована агітація може інформувати громадян про важливі суспільні питання, стимулювати дискусії та дебати, що сприяє підвищенню обізнаності та розвитку критичного мислення. Через агітацію можна мобілізувати громадську підтримку для вирішення місцевих або національних проблем, стимулювати громадянську активність та волонтерство. Агітація може об'єднувати людей навколо спільних цілей та ідей, формуючи міцні соціальні зв'язки та спільноти. Крім того, агітація може відігравати роль у формуванні громадської думки та підтримці громадянських ініціатив, сприяючи розвитку демократичних цінностей та практик. У контексті громадянського суспільства, агітація може сприяти розвитку толерантності та взаємоповаги, підтримуючи різноманітність думок та переконань. Це допомагає створювати більш відкрите та інклюзивне суспільство, де кожен має можливість висловити свою думку та бути почутим. Таким чином, агітація, застосована відповідально та з урахуванням демократичних принципів, може служити важливим інструментом у зміцненні громадянського суспільства, активізації громадянської участі та розвитку соціальної згуртованості.

Не менш значущим аспектом є також взаємодія політичної агітації із соціально-економічним розвитком. Агітаційні кампанії можуть впливати на економічні процеси, визначаючи пріоритети та напрямки розвитку країни. Вони можуть активізувати господарську діяльність та сприяти соціальній справедливості через впровадження нових соціальних та економічних політичних аспектів. Взаємодія політичної агітації із соціально-економічним розвитком є багатогранною і взаємопов'язаною, оскільки політична агітація може впливати на сприйняття та ставлення громадськості до

ключових економічних питань та стратегій розвитку. З одного боку, через агітацію політичні лідери та партії мають можливість формувати публічну думку щодо економічної політики, просувати певні реформи або інвестиційні програми, висвітлювати досягнення у різних галузях економіки або підкреслювати необхідність змін у певних сферах. З іншого боку, агітація може використовуватися для висвітлення соціальних проблем, таких як бідність, безробіття, нерівність та інші виклики, стимулюючи дискусії та вимагаючи ефективних рішень від уряду та суспільства. Це може спонукати до зміни політичних пріоритетів та сприяти розвитку нових стратегій, спрямованих на вирішення цих питань. Важливим аспектом є те, що ефективна політична агітація може сприяти залученню громадської уваги та ресурсів до найбільш нагальних соціально-економічних проблем, забезпечуючи більш широку підтримку та згуртованість у пошуку рішень. Це може включати підтримку інноваційних проектів, розвиток інфраструктури, освіти, охорони здоров'я та інших ключових секторів. У підсумку, взаємодія політичної агітації із соціально-економічним розвитком є важливим фактором у формуванні політики, спонукаючи до змін та прогресу в різних сферах суспільного життя.

Особливо актуальним явищем для дослідження впливу політичної агітації є її взаємодія з освітою та інформаційним простором. Агітаційні кампанії можуть викликати підвищений інтерес громадян до політичної інформації, сприяючи розвитку освіченої та інформованої громадськості. Політична агітація, використовуючи інформаційний простір, має здатність перетворювати ідеї та погляди в інструменти впливу. Засоби масової інформації, соціальні мережі та інші комунікаційні канали стають платформами для поширення агітаційних повідомлень, які можуть змінювати сприйняття суспільства щодо ключових питань. Взаємодія політичної агітації з освітою та інформаційним простором має значний вплив на формування суспільної свідомості та розвиток громадянського суспільства. Освіта відіграє ключову роль у розвитку критичного мислення та медіаграмотності, що є важливими для того, щоб громадяни могли розпізнавати агітацію, аналізувати її

повідомлення та відділяти факти від маніпуляцій. Освітні програми, які включають курси медіаграмотності та політології, допомагають виховувати обізнаних громадян, здатних свідомо ставитися до політичних повідомлень та інформаційних кампаній. Проте, інформаційний простір, який включає засоби масової інформації, соціальні мережі та інші цифрові платформи, є ареною, де відбувається активна політична агітація. Цей простір може бути використаний для просвітницьких цілей, поширення об'єктивної інформації та сприяння відкритому діалогу. Проте, він також може стати інструментом для поширення дезінформації, маніпулювання громадською думкою та політичної пропаганди. Ефективна взаємодія між політичною агітацією, освітою та інформаційним простором вимагає збалансованого підходу. З одного боку, необхідно забезпечити свободу слова та вільне поширення ідей, а з іншого – розвивати у громадян здатність критично аналізувати отриману інформацію та робити обізнані вибори. Це сприяє формуванню здорового інформаційного середовища, де політична агітація виступає як засіб підвищення громадської обізнаності та активізації громадянської участі, а не як інструмент маніпуляції та контролю. [22]

Відомо, що агітаційні кампанії можуть використовувати різні засоби, такі як інтерв'ю, коментарі експертів, аналітичні статті, щоб сформувати конкретний образ подій чи осіб, впливаючи на сприйняття громадськістю. Соціальні мережі грають важливу роль у поширенні агітаційних повідомлень. Вони дозволяють ефективно та швидко поширювати інформацію серед великого кола користувачів, викликаючи обговорення та реакцію. Агітація може використовувати такі платформи для мобілізації громадян та формування конкретних поглядів. Важливим аспектом є інформаційна війна, коли сторони конфлікту використовують агітаційні методи для маніпуляції інформацією та впливу на опонентів. Це може призводити до спотворення фактів, створення дезінформації та порушення об'єктивності інформаційного простору. [28]

Вплив політичної агітації може виявитися далекоглядним, змінюючи не лише курс подій в моменті, а й формуючи довгострокові тенденції в суспільному розвитку.

Справжній виклик управлінням цим впливом полягає в усвідомленні його потужності та відповідального використання для покращення якості політичного життя та соціального добробуту. Це свідчить про необхідність уважного вивчення та аналізу політичної агітації, її методів та наслідків. Враховуючи цей вплив, суспільство може свідомо формувати свої погляди та долати виклики, які ставляться перед ним в рамках політичного процесу.

Авторитетність впливу виборчої агітації на політичний процес та виборчі результати є не менш багатограним. По-перше, виборча агітація інформує виборців про кандидатів, їхні програми, політичні позиції та цінності, що дозволяє виборцям робити інформовані вибори. Через агітацію кандидати можуть збудувати зв'язок з електоратом, демонструючи свої переваги та відрізняючи себе від конкурентів. Виборча агітація також сприяє мобілізації виборців, збільшуючи участь у виборчому процесі. Ефективна агітація може мотивувати виборців вийти на вибори і підтримати певного кандидата або партію. З іншого боку, виборча агітація може мати і негативні аспекти, особливо якщо вона здійснюється з порушенням етичних норм або законодавства. Наприклад, використання дезінформації, маніпулятивних тактик або наклепу може вводити виборців в оману та спотворювати суть демократичного процесу. Також важливою проблемою є нерівний доступ кандидатів до ресурсів та медіапростору, що може створювати нерівні умови конкуренції.

Виборча агітація має значний маніпуляційний потенціал, оскільки вона може бути використана не тільки для інформування виборців, але й для спотворення фактів, формування перекручених уявлень і впливу на емоційний стан аудиторії. Основним інструментом маніпуляції в рамках виборчої агітації є риторика, зокрема використання емоційно заряджених заяв, напівправди та пропагандистських технік. Така агітація може викривляти реальну картину, приховувати важливі факти або відверто дезінформувати виборців. Використання маніпулятивних засобів особливо ефективно у контексті невизначеності та високого рівня емоційної залученості, що часто супроводжує виборчі кампанії. Наприклад, агітація може спиратися на страхи,

передбачення катастрофічних наслідків у разі перемоги опонентів, або, навпаки, на надмірно оптимістичні обіцянки, які не відповідають реальним можливостям кандидата. Маніпуляційний потенціал виборчої агітації також збільшується через використання сучасних технологій, зокрема цифрового маркетингу та соціальних медіа. Це дозволяє цілеспрямовано впливати на певні сегменти виборців, використовуючи персоналізовані повідомлення та таргетинг. Важливим є те, що маніпуляційний потенціал виборчої агітації може підривати довіру до виборчого процесу та демократії загалом. Тому важливо, щоб як виборці, так і регулюючі органи, були уважні до цих аспектів, критично оцінювали повідомлення та підтримували високі стандарти чесності та прозорості у виборчих кампаніях.

В цілому, виборча агітація відіграє важливу роль у демократичних суспільствах, допомагаючи формувати політичні переконання та впливаючи на виборчі рішення. Ефективне використання агітації може зміцнювати демократичні процеси, але важливо, щоб вона здійснювалася відповідально та з повагою до принципів справедливості та чесності. Таким чином важливу роль в дослідженні виборчої агітації мають її прикладні аспекти, серед яких організаційно – правова база та специфіка використання агітаційних технологій.

РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ

3.1 Організаційно-правові аспекти агітаційної діяльності у виборчій кампанії.

Найбільш наочно потенціал агітації як політичної технології проявляється у виборчих кампаніях. Відбувається це через здатність впливати на думки, переконання та поведінку виборців. Використовуючи різноманітні комунікативні стратегії та інструменти, виборча агітація може формувати позитивний імідж кандидата, підкреслювати його політичні досягнення та візію, а також змалювати контраст між кандидатами. Вона також дозволяє підкреслити важливість політичних питань, пропонувати рішення та впливати на порядок денний. Агітація нерідко включає в себе певну емоційність та переконливість, спрямовані на залучення уваги та викликання реакції у виборців. Використання соціальних медіа, телебачення, радіо, друкованих матеріалів та інших засобів масової інформації дозволяє досягти широкої аудиторії та адаптувати повідомлення для різних сегментів виборців. Особливо ефективним є використання цільової реклами та персоналізованих повідомлень, які базуються на аналізі даних про виборців, їх інтереси та поведінку. Це дозволяє максимально ефективно впливати на різні групи електорату. Таким чином, агітація є важливим інструментом виборчих кампаній, що допомагає кандидатам і партіям максимально ефективно доносити свої ідеї до виборців, мобілізувати своїх прихильників та впливати на результати виборів.

Вибори – це ключова процедура легітимації політичного порятку, незалежно від типу політичного режиму. Вони служать основним механізмом, за допомогою якого громадяни мають можливість висловити свою волю щодо обрання представників влади та контролювати їхню діяльність. У демократичних системах вибори гарантують принципи суверенітету народу та відповідальності уряду перед громадянами, забезпечуючи регулярне оновлення політичного лідерства та можливість для мирної зміни влади. Вони також дозволяють виявити різноманітність політичних думок та інтересів в суспільстві, забезпечуючи представництво різних

соціальних груп. Навіть у авторитарних режимах, де вибори часто не відповідають стандартам вільних та справедливих, вони використовуються як інструмент легітимізації влади, намагаючись створити видимість підтримки з боку населення. Таким чином, вибори є фундаментальним елементом будь-якої політичної системи, відіграючи ключову роль у формуванні та підтримці політичного порядку.

Велике значення для забезпечення чесності, прозорості та рівних умов у виборчих процесах мають організаційно-правові аспекти агітаційної діяльності. Законодавча база агітаційної діяльності у виборчій кампанії визначається комплексом нормативно-правових актів, які регулюють процеси проведення виборів та забезпечують рівні умови для всіх учасників виборчого процесу. Основні аспекти законодавчої бази включають: конституцію, виборчі кодекси, закони про політичні партії, закони про фінансування кампаній, закони про медіа, правила дебатів, норми про публічну безпеку та механізми розгляду скарг.

1. Конституція: Основний закон країни часто визначає основні принципи виборчого процесу, права та обов'язки громадян у цьому контексті.

2. Виборчі кодекси: Більшість країн мають спеціальні виборчі кодекси або закони, які детально регулюють проведення виборів. Ці закони встановлюють правила реєстрації кандидатів, фінансування кампаній, порядок голосування, підрахунку голосів тощо.

3. Закони про політичні партії: Ці закони регулюють утворення та діяльність політичних партій, їхні права та обов'язки, включаючи агітаційну діяльність.

4. Закони про фінансування кампаній: Регулюють джерела та обсяги фінансування виборчих кампаній, встановлюють механізми контролю та звітності.

5. Закони про медіа: Забезпечують рівний доступ кандидатів до засобів масової інформації, встановлюють правила реклами та публікацій під час виборчих кампаній.

6. Правила дебатів: Встановлюють умови та порядок проведення виборчих дебатів між кандидатами.

7. Норми про публічну безпеку: Визначають правила публічного порядку та безпеки під час виборчих заходів.

8. Механізми розгляду скарг: Встановлюють процедури для розгляду скарг та порушень виборчого законодавства.

Законодавча база є важливим інструментом для забезпечення прозорості, справедливості та законності виборчого процесу, а також для захисту прав та інтересів учасників виборчих кампаній та виборців. [8]

Фінансування виборчих кампаній та агітаційної діяльності є невід'ємною складовою виборчого процесу, визначаючи фінансові ресурси, які політичні партії та кандидати можуть використовувати для просування своїх ідей та отримання підтримки виборців. Забезпечення прозорості та рівних умов у фінансуванні є важливим завданням для забезпечення чесного та відкритого виборчого процесу. Джерела фінансування виборчих кампаній можуть включати державне фінансування, приватні внески від громадян та корпорацій, членські внески, а також спеціальні фонди, створені для цієї мети. Державне фінансування може бути спрямоване на підтримку різних кандидатів чи партій, забезпечуючи їм необхідні ресурси для проведення ефективної агітаційної діяльності. Важливо встановити обмеження на суми внесків від окремих донорів, аби уникнути негативного впливу великих фінансових гравців на виборчий процес. Також важливим є встановлення механізмів контролю та звітності, щоб забезпечити відкритість фінансових операцій кандидатів та партій. У виборчих кампаніях також можуть існувати механізми фінансової допомоги менш успішним кандидатам, забезпечуючи їм можливість конкурувати на рівних умовах із сильнішими опонентами. Важливим аспектом є також встановлення санкцій за порушення правил фінансування, що включає в себе будь-які спроби корупції чи неправомірного впливу на виборчий процес. Забезпечення доступу до фінансової інформації для громадськості та інших зацікавлених сторін є важливим елементом для забезпечення прозорості та відкритості у фінансовій сфері виборчого процесу.

Реклама та засоби масової інформації відіграють ключову роль у агітаційній діяльності під час виборчих кампаній. Ці інструменти дозволяють кандидатам та політичним партіям донести свої ідеї, плани та повідомлення до виборців, створити свідомість про свою кампанію та отримати підтримку виборців. Основні аспекти реклами та використання ЗМІ в агітаційній діяльності виборчих кампаній включають:

1. Телебачення та радіо: Рекламні споти - короткі відео-або аудіоролики, що демонструють ключові повідомлення та ідеї кандидата чи партії. Телевізійні та радіоінтерв'ю - Участь у телевізійних та радіоінтерв'ю надає можливість кандидатам висловити свої погляди більш докладно та особисто.

2. Преса та журналістика: Статті та прес-конференції - розміщення інформації в газетах, журналах та проведення прес-конференцій для представлення своїх позицій та відповіді на питання журналістів. Інтерв'ю для Преси - виборчі кандидати можуть надавати інтерв'ю для різних медіа для покращення свого іміджу та залучення уваги громадськості.

3. Соціальні мережі: Реклама в інтернеті - розміщення банерів та рекламних оголошень на популярних веб-сайтах та соціальних мережах. Стратегії Медіа - використання соціальних мереж для публікації новин, відео, інтерв'ю та інших матеріалів для залучення уваги та взаємодії з виборцями.

4. Друкована реклама: Брошури та листівки - створення брошур, листівок та інших друкованих матеріалів для розповсюдження на мітингах та серед виборців. Публікації в Газетах - розміщення рекламних матеріалів в мережі та друкованих виданнях для досягнення більш широкої аудиторії.

5. Масові збори та мітинги: Публічні виступи - участь у публічних виступах, мітингах та зборах для прямого спілкування з виборцями та висловлення своїх поглядів.

Змішане використання цих інструментів створює комплексну стратегію агітації, спрямовану на максимальний охоплення виборців та формування їхнього виборчого рішення. Однак, важливо дотримуватися прозорих та етичних стандартів

використання рекламних та інформаційних засобів для уникнення маніпуляцій та недостовірної інформації. [3]

Дебати та виступи відіграють ключову роль в агітаційній діяльності під час виборчих кампаній. Ці форми комунікації надають кандидатам можливість презентувати свої погляди, ідеї та плани перед виборцями, а також дозволяють їм взаємодіяти з опонентами. Основні аспекти дебатів та виступів в агітаційній діяльності виборчих кампаній включають: Публічні дебати, виборчі та медіа-виступи.

Публічні дебати: Тематика та модератори - дебати можуть бути спрямовані на обговорення різних тем, від економічних питань до соціальних чи політичних аспектів. Модератори відповідають за ведення обговорення та дотримання правил. Обговорення Ключових Питань - учасники дебатів мають можливість обговорювати ключові питання та висловлювати свої погляди на проблеми, що цікавлять виборців. Взаємодія із Глядачами - дебати сприяють взаємодії кандидатів з виборцями, надаючи їм можливість докладніше ознайомитися з позиціями політичних представників.

Виборчі виступи та мітинги: Розповідь про програму, тобто кандидати використовують виступи для розповіді виборцям про свою програму, концепції та плани для майбутнього. Емоційне залучення: - виступи можуть бути спрямовані на емоційне залучення виборців, використовуючи ефективні комунікативні прийоми для створення позитивного враження. Публічна взаємодія - мітинги дозволяють кандидатам взаємодіяти з виборцями прямо на площі чи в інших громадських місцях.

Медіа-виступи: Телевізійні та радіоінтерв'ю - участь у телевізійних та радіоінтерв'ю надає кандидатам можливість висловити свої погляди перед великою аудиторією. Опубліковані статті та колонки - публікації в мережі, газетах та інших ЗМІ дають кандидатам можливість представити свої погляди в письмовій формі. Співпраця з журналістами - виступи та інтерв'ю, організовані у співпраці з журналістами, можуть допомогти кандидатам покращити свій імідж та залучити увагу медіа.

Дебати та виступи є важливими інструментами виборчої агітації, оскільки вони дозволяють кандидатам продемонструвати свою експертність, визначити свою позицію та переконати виборців у своїй здатності ефективно вирішувати важливі суспільні питання.

Моніторинг та виявлення порушень в агітаційній діяльності у виборчій кампанії є критично важливим етапом для забезпечення чесності, прозорості та ефективності виборчих процесів. Органи моніторингу та виборчі комісії виконують важливу роль у забезпеченні демократичних стандартів та гарантуванні правильності вираження волі громадян. Спостереження та аналіз різноманітних аспектів агітаційної діяльності спрямовані на визначення можливих порушень та прийняття необхідних заходів для їхнього усунення. Медіа відіграють важливу роль у цьому процесі. Моніторинг масових засобів інформації, таких як телебачення, радіо, газети та інтернет-платформи, є ключовим завданням. Це включає аналіз рекламних матеріалів, перевірку істинності інформації, що розголошується кандидатами, та оцінку впливу медіа на образи та перцепції виборців.

Громадські виступи, такі як мітинги та дебати, також піддаються увазі моніторингу. Спостереження за зборами, аналіз виступів кандидатів та їхньої взаємодії з громадою дозволяють визначити ефективність та чесність комунікації. Окрім того, важливим елементом є спостереження за рекламною кампанією та використанням соціальних мереж. Моніторинг рекламних витрат, визначення джерел фінансування та аналіз впливу соціальних мереж на виборців є критичним для виявлення можливих порушень.

Важливою складовою є спостереження за самим виборчим процесом, включаючи нагляд за голосуванням та роботою виборчих комісій. Це допомагає виявляти недоліки та забезпечувати чесність голосування. Звернення громадян та кандидатів з скаргами є ще одним важливим аспектом моніторингу. Прийом, аналіз та відповідь на скарги допомагають забезпечити високий ступінь відкритості та відповідальності виборчого процесу. Участь спостерігачів в агітаційній діяльності під

час виборчої кампанії є важливим елементом забезпечення чесності та прозорості виборчого процесу. Спостереження за агітаційною діяльністю здійснюється за допомогою незалежних та об'єктивних спостерігачів, які мають на меті виявлення можливих порушень та дотримання встановлених норм та правил.

1. Спостерігачі можуть бути представниками різних організацій, включаючи громадські об'єднання, міжнародні місії та виборчі комісії. Вони відіграють роль об'єктивних свідків, спостерігаючи певними аспектами:

2. Рекламна кампанія: Спостерігачі вивчають рекламні матеріали, включаючи афіші, відеоролики та брошури, щоб переконатися в їхній чесності, точності та відповідності встановленим стандартам.

3. Медіа-присутність: Вони слідкують за кількістю та якістю висвітлення кандидатів у масових засобах інформації, переконуючись, що усі кандидати мають рівний доступ до ЗМІ.

4. Громадські заходи та дебати: Спостерігачі беруть участь у громадських заходах та дебатах, слідкуючи за виступами кандидатів, які повинні бути чесними та відкритими.

5. Спілкування з громадою: Вони спостерігають за комунікацією кандидатів з виборцями на зустрічах, мітингах та інших громадських заходах.

6. Виборчий процес: Спостерігачі відслідковують етапи виборчого процесу, включаючи реєстрацію виборців, голосування та підрахунок голосів, щоб виявити можливі недоліки чи неправомірності.

7. Скарги та порушення: Вони приймають та розглядають скарги від громадян або кандидатів стосовно порушень та неправомірностей під час агітаційної діяльності.

Участь спостерігачів допомагає забезпечити чесність та відкритість виборчого процесу, сприяє дотриманню високих стандартів та створенню умов для вираження волі громадян. [1]

Етика та відповідальність в агітаційній діяльності у виборчій кампанії є невід'ємною складовою, яка визначає не лише дії кандидатів, але й загальну динаміку виборчого процесу. Ці принципи виступають як керівні засади, спрямовані на забезпечення чесності, прозорості та справедливості в ході виборчих змагань. Відповідальність перед громадськістю та виборцями є ключовим елементом етичної агітації. Кандидати та їхні команди повинні нести відповідальність за інформацію, яку вони поширюють, за обіцянки, які вони дають, та за свою поведінку під час кампанії. Вони повинні дотримуватися високих стандартів моралі та визнавати важливість своєї ролі в формуванні громадянського суспільства. Етичні кандидати відмовляються від використання штучних та обманюючих методів для отримання голосів. Вони не прагнуть дискредитувати своїх опонентів за допомогою неправдивої інформації чи особистих нападів. Замість цього, вони ставлять на перший план позитивні сторони своєї програми та власні досягнення.

Також важливим аспектом є етика фінансування кампаній. Кандидати та їхні команди повинні чесно та відкрито розкривати джерела фінансування, уникати прихованих витрат, а також дотримуватися всіх законодавчих норм та правил, що регулюють фінансовий аспект виборчих кампаній. Етичний підхід до фінансування політичних кампаній передбачає введення механізмів контролю за джерелами фінансування, обмеженням сум, які можуть бути внесені окремими донорами, та забезпеченням широкої громадської відкритості в цьому процесі. Також важливо регулювати співвідношення між індивідуальними та корпоративними внесками, щоб забезпечити рівні можливості для всіх учасників політичного процесу. Фінансування політичних кампаній повинно ґрунтуватися на принципах прозорості, справедливості та демократичних цінностей, щоб забезпечити відповідність виборчих процесів етичним нормам і підвищити рівень довіри громадян до політичних інститутів.

Засоби масової інформації також несуть велику відповідальність за етичність своєї агітаційної діяльності. Журналісти повинні дотримуватися принципів об'єктивності та правдивості, уникаючи бажання впливати на громадську думку в

один чи інший спосіб. Засоби масової інформації, як ключові агенти суспільно-політичної агітації, несуть велику відповідальність за етичність своєї діяльності, оскільки вони мають значний вплив на формування громадської думки та визначення суспільних норм і цінностей. Однією з основних аспектів етичної агітаційної діяльності засобів масової інформації є забезпечення об'єктивності та імпарціальності у поданні інформації. Журналісти повинні утримуватися від прихованої або вираженої прихильності до конкретних політичних сил чи ідеологій, щоб не спотворювати об'єктивне бачення суспільно-політичних подій. Дотримання стандартів професійної незалежності і відсутності конфлікту інтересів стає важливою передумовою етичної роботи ЗМІ. Також, важливо забезпечити точність і достовірність інформації, яку подають ЗМІ. Висвітлення подій та фактів повинне базуватися на об'єктивних джерелах, а розповсюдження невірної або не перевіреної інформації може призвести до спотворення дійсності та порушення довіри споживачів до ЗМІ. Засоби масової інформації також повинні бути обережними у використанні емоційно навантажених або маніпулятивних методів для залучення уваги аудиторії. Вони повинні дотримуватися принципів етичного журналізму, уникати сенсацій або неперевіраних заголовків, які можуть спричинити негативний вплив на громадську думку. Засоби масової інформації мають суттєвий вплив на формування демократичного суспільства, і тому їхня етична відповідальність полягає в наданні об'єктивної, достовірної та розгорнутої інформації, яка дозволяє громадянам усвідомлювати та аналізувати політичні події для свідомого участі у демократичному процесі.

Загалом, етика та відповідальність є важливими керівними засадами, які структурують виборчу кампанію, надають їй демократичну легітимність та сприяють розвитку відкритого та справедливого політичного процесу.

3.2 Специфіка використання виборчої агітації в Україні.

Специфіка використання виборчої агітації в Україні відображає унікальний історичний, культурний та політичний контекст країни. З моменту здобуття

незалежності в 1991 році Україна пройшла через численні політичні трансформації, які вплинули на характер та методи виборчої агітації. Однією з особливостей є активне використання медіа-ресурсів, зокрема телебачення та інтернету, для поширення агітаційних матеріалів. Телебачення традиційно відіграє значну роль у політичній комунікації, а з розвитком цифрових технологій і збільшенням доступу до інтернету зросла роль соціальних мереж та онлайн-платформ. Крім того, в Україні спостерігається значна політизація медіа-простору, де великі медіа-групи часто перебувають під контролем політичних сил або олігархічних структур, що впливає на зміст та об'єктивність агітаційних кампаній.

Також характерною рисою виборчої агітації в Україні є використання символів та емоційних повідомлень, що спираються на національні, історичні та культурні мотиви. Політичні актори часто апелюють до національних цінностей, історії та ідентичності, намагаючись залучити електорат на основі спільних ідей та переконань. В використанні символів та емоційних повідомлень, які спираються на національні, історичні та культурні мотиви, відображаючи глибоку зв'язок між політичною риторикою та культурними та історичними аспектами українського суспільства. Ця особливість відіграє важливу роль у формуванні громадської думки та впливі на виборчі переваги. Використання національних символів, таких як прапор, герб, історичні постаті, а також апеляція до героїчного минулого та культурних традицій, допомагає політичним діячам та партіям встановлювати емоційний зв'язок з електоратом, посилюючи відчуття національної єдності та патріотизму. Водночас, емоційні повідомлення, які часто використовуються в агітаційних кампаніях, спрямовані на викликання сильних почуттів та реакцій, таких як гордість, надія, страх або обурення, в залежності від контексту та цілей кампанії. Це може бути ефективним для мобілізації виборців, особливо у контексті вирішення гострих суспільних питань або під час політичних криз. Культурні та історичні мотиви в агітації часто відіграють роль у формуванні колективної ідентичності та національної самосвідомості, що є особливо важливим в умовах розвитку молодого незалежної держави, як Україна. Вони

дозволяють кандидатам звертатися до спільних цінностей та історичного досвіду, сприяючи єдності та солідарності серед громадян.

Важливо зазначити, що використання символів та емоційних повідомлень в агітації може мати і негативні наслідки, особливо якщо це призводить до маніпуляцій, спотворення історичних фактів або посилення соціальних розбіжностей. Тому, підхід до агітації повинен бути зваженим і відповідальним, з урахуванням потреби в об'єктивному і збалансованому висвітленні політичних питань.

Значну роль у виборчій агітації України грає також особистість кандидатів. Часто кампанії будуються навколо харизматичних лідерів, їхніх образів та репутації, а не лише політичних програм або ідей. Це призводить до того, що політичні кампанії нерідко стають схожими на шоу, де важливу роль відіграють зірковість та популярність кандидатів.

Використання політичної агітації в Україні в цілому, та виборчої агітації зокрема, має свої особливості, які визначаються історичним, соціокультурним та політичним контекстом країни. [31]

Історичний контекст використання політичної агітації в Україні багатогранний і відображає розвиток політичної сцени та суспільно-політичних процесів на протязі різних періодів.

Період Другої Світової Війни та післявоєнний період [1939-1954]: У цей період в Україні відбувалися значні політичні та соціальні зміни. Під владою Сталіна проводилася інтенсивна політична агітація для формування нової політичної ідеології та легітимації влади.

Час комуністичного періоду [1954-1991]: Під час радянського періоду політична агітація була основною складовою пропагандистської системи. Використання ідеології комунізму та масова мобілізація суспільства були стандартними методами.

Перебудова та незалежність [1991-нині]: По здобутті незалежності України в 1991 році, політична агітація прийняла нові форми. Політичні сили змагаються за

увагу громадян, використовуючи різні підходи, включаючи засоби масової інформації, публічні заходи та соціальні мережі.

Революції та протести [2004, 2014]: Події "Помаранчевої революції" 2004 року та "Революції Гідності" 2014 року суттєво вплинули на політичну агітацію. Громадянське суспільство використовує агітаційні методи для вираження своїх позицій та вимог до влади.

Конфлікт на Сході [з 2014 року]: Політична агітація в Україні під час конфлікту на сході країни та анексії Криму виявляється в мобілізації громадян, використанні патріотичних тем та підтримці антикризових заходів.

Військове вторгнення Росії в Україну [з 2022 року]: Політична агітація в Україні вимагає неабиякого об'єднання громадян, їх мобілізації та підтримки як збройних сил України, так і морального, патріотичного духу населення.

Історичний контекст використання виборчої агітації в Україні свідчить про постійний розвиток та адаптацію цього інструменту в залежності від політичних, економічних та соціокультурних обставин.

Використання соціальних мереж у виборчій агітації в Україні є важливою складовою стратегії політичних кампаній. Соціальні мережі стали потужним інструментом для взаємодії з виборцями, формування громадської думки та мобілізації громадян. Розглянемо аспекти використання соцмереж у політичній агітації в Україні:

1. Розповсюдження інформації: Політичні партії та кандидати використовують соціальні мережі для поширення своїх політичних програм, ідей, а також для анонсів та подій. Це дозволяє їм швидко дістатися до широкої аудиторії.

2. Можливості організації акцій та збору підписів: Акції, петиції та збір коштів можуть бути організовані через соцмережі, залучаючи учасників та підтримку.

3. Взаємодія із спільнотами та групами: Соціальні мережі дозволяють політичним кандидатам вступати у взаємодію з різними групами та спільнотами, що має важливе значення для залучення підтримки та розуміння конкретних потреб громад.

4. Відео та стріми: Відео контент та живі трансляції дозволяють політикам особисто спілкуватися з виборцями, демонструючи прозорість та прямоту в комунікації.

5. Реакція на гострі події: Соцмережі дозволяють швидко реагувати на гострі події, коментувати їх та висловлювати позиції в реальному часі.

6. Моніторинг громадської думки: Соціальні мережі служать інструментом для моніторингу громадської думки, виявлення популярних тем та реакцій на різні ініціативи.

7. Таргетована реклама: Застосування таргетованої реклами у соцмережах дозволяє політикам спрямовувати свої повідомлення на конкретні аудиторії з урахуванням їхніх інтересів та демографічних характеристик.

8. Мобілізація голосів: В соціальних мережах розпочато різноманітні кампанії, спрямовані на мобілізацію голосів та підвищення явки на виборах.

Загалом, соціальні мережі стали не тільки платформою для спілкування, але й потужним інструментом для виборчої агітації в Україні, сприяючи взаємодії між політиками та громадянами. [25]

Один з виразних прикладів використання виборчої агітації в Україні можна спостерігати під час президентських виборів 2019 року. Цей виборчий період був особливо помітним завдяки активному використанню соціальних медіа та інноваційних маркетингових підходів. Кандидат у президенти Володимир Зеленський, який згодом переміг у виборах, використовував унікальні методи агітації, зокрема сильно покладався на соціальні медіа для зв'язку з виборцями. Його команда використовувала відео, меми та інші неформальні форми комунікації, щоб звернутися до молодого електорату та тих, хто активно користується Інтернетом. Особливістю

кампанії Зеленського було також те, що вона в значній мірі базувалася на його іміджі як артиста та телеведучого, а не традиційного політика, що дозволило йому відійти від стандартних політичних агітаційних технік. Це створювало враження свіжості та новизни, ефективно використовуючи його популярність і впізнаваність. Водночас, інші кандидати також використовували різні форми агітації, включаючи традиційні засоби, такі як телевізійні дебати, рекламні білборди, вуличні мітинги та розповсюдження листівок та брошур. Це виборчий період яскраво демонструє різноманітність методів агітації, які можуть бути використані у сучасному політичному контексті в Україні. [11]

Існує також менш явна сторона виборчої агітації, а саме корупція та реформи, що стали невід'ємною частиною виборчої агітації в Україні, відображаючи глибокі та складні трансформації, які відбуваються в суспільстві. У контексті виборчої агітації обидві ці теми виступають як ключові пункти для обговорення та мобілізації громадян. Корупція, яка протистоїть розвитку та порушує справедливість, стає об'єктом пристрасних агітаційних кампаній. Політики активно використовують це питання для привертання уваги громадськості та навіть під час виборчих кампаній обіцяють боротьбу з корупцією. Популізм та агітація часто спрямовані на розкриття скандальних випадків, залучаючи громадську увагу до необхідності системних змін. У той же час, тема реформ є іншим ключовим аспектом політичної агітації. Політики пропагують концепції та програми реформ, обіцяючи поліпшення управління, збільшення прозорості та створення ефективних інститутів. Вони використовують реформаторські ідеї як засіб впливу на громадську думку, підкреслюючи свою здатність змінювати статус-кво та покращувати якість життя громадян. Ця динаміка виборчої агітації в Україні відображає складні виклики, які стоять перед країною. З одного боку, акцент на корупції свідчить про наростаючий гнів громадян відносно неефективності системи та вимагання змін. З іншого боку, обіцянки реформ підсилюють сподівання на позитивні трансформації та впливають на формування політичних поглядів громадян. У такому контексті, корупція та реформи

функціонують як ключові катализатори виборчої агітації, впливаючи на формування громадянського суспільства, політичні переконання та результати виборів. [20]

Україна, як країна з різноманітною культурною, історичною та етнічною спадщиною, виявляє специфіку використання виборчої агітації в контексті регіональних особливостей. Різні регіони країни мають свої унікальні характеристики, що впливають на політичні стратегії та тематики агітаційних кампаній. Різні регіони мають свої унікальні етнічні та культурні особливості. Виборча агітація може використовувати ці різниці для створення або розколювання певних політичних блоків, а також для впливу на голоси виборців. Регіони України мають відмінності в економічному розвитку. Виборча агітація використовує ці різниці для наголошення на соціально-економічних проблемах, таких як безробіття, бідність та доступ до освіти та медицини. Україна має різноманіття релігійних спільнот, і виборча агітація може бути спрямована на мобілізацію різних релігійних груп, враховуючи їхні цінності та переконання. Враховуючи ці регіональні відмінності, політики та партії активно користуються агітаційними стратегіями, які враховують специфіку кожного регіону, намагаючись максимізувати підтримку виборців. [18]

Міжнародна підтримка в Україні в сфері виборчої агітації відіграє значущу роль і може виявлятися в різних формах та змісті. Серед них наступні види допомоги: Дипломатична підтримка, фінансова допомога, міжнародні медіа, різноманітні заходи та міжнародні місії. Важливо розглянути перераховані види допомоги більш детально. Дипломатична підтримка: Міжнародні партнери, такі як Європейський Союз, Сполучені Штати та інші країни, можуть надавати дипломатичну підтримку певним політичним силам чи лідерам. Це може включати публічні заяви, консультації та партнерства для сприяння демократичному розвитку та правовладдю. Фінансова допомога: Міжнародні організації, неправлінняові організації та країни-донори можуть надавати фінансову підтримку політичним партіям, рухам чи організаціям, що здійснюють політичну агітацію. Це може бути спрямовано на розвиток інфраструктури, ведення виборчих кампаній та інші аспекти політичного процесу.

Міжнародні медіа та інформаційна підтримка: Засоби масової інформації та інтернет можуть бути використані для підтримки політичної агітації шляхом поширення інформації та допомоги в будіванні публічної думки на міжнародному рівні. Міжнародні спільноти також можуть активно висвітлювати та коментувати політичні події в Україні, впливаючи на сприйняття ситуації. Заходи та заяви: Міжнародні організації, такі як Організація з безпеки і співробітництва в Європі [ОБСЄ] чи Рада Європи, можуть проводити політичні заходи та висловлювати свою підтримку демократичним процесам та політичній агітації в Україні через заяви та різні ініціативи. Міжнародні місії та спостереження: Міжнародні спостерігачині місії можуть бути вислані для відслідковування виборів та політичних процесів в цілому, забезпечуючи об'єктивну оцінку та збір інформації щодо ситуації.

Міжнародна підтримка може мати і значущі виклики, зокрема, ризик зовнішнього впливу на внутрішні політичні процеси. Однак вона також може виконувати ключову роль у підтримці демократичних цінностей та розвитку суспільства в Україні. Яскравим прикладом цього явища є приклад використання виборчої агітації в Україні, який стосується Помаранчевої революції 2004 року. Цей період був важливим етапом у політичному житті України, оскільки він включав масові протести та активну агітацію в контексті президентських виборів. Протягом виборчої кампанії основні кандидати на пост президента - Віктор Янукович та Віктор Ющенко - активно використовували різні методи агітації. Ющенко, який став символом Помаранчевої революції, опирався на гасла демократичних змін, свободи та справедливості. Його кампанія широко використовувала помаранчевий колір як символ руху, що стало визначальним елементом його агітаційної стратегії. Масові збори, концерти, зустрічі з виборцями та активне використання медіа стали ключовими засобами агітації Ющенка. З іншого боку, кампанія Януковича також активно використовувала традиційні та сучасні методи агітації, зокрема телевізійні реклами, публічні виступи та розповсюдження агітаційних матеріалів. Кампанія зосереджувалась на його образі як стабільного і досвідченого лідера.

Помаранчева революція стала виразним прикладом того, як виборча агітація та масові протести можуть впливати на політичні процеси та виборчі результати, особливо у контексті боротьби за справедливі та демократичні вибори.

Виборча агітація в Україні стикається з рядом викликів та загроз, які впливають на демократичний процес та суспільно-політичну стабільність. Серед них, наприклад, розбіжності у мовному та етнічному контексті. Велика різноманітність етнічних та культурних груп, а також двомовність суспільства, можуть бути джерелом напруг та конфліктів. Виборча агітація, спрямована на підкреслення цих розбіжностей, може призвести до поглиблення поділів в суспільстві. Не менш важливу проблему представляє корупція та недостатня прозорість. Наявність корупції в політичній системі може створювати негативний клімат довіри серед громадян. Недостатня прозорість у фінансуванні політичних кампаній та виборчих процесах піддає сумніву законність та об'єктивність політичного волевиявлення. Міжнародні втручання та зовнішні впливи на політичний процес можуть викликати нестабільність та впливати на суверенітет країни. Розпалення гібридної війни та дестабілізація внутрішньої політичної арени є серйозними загрозами. Політична агітація може призводити до поляризації громадянського суспільства, роз'єднуючи суспільство на ідеологічних та політичних засадах. Це може поглибити конфлікти та ускладнити вирішення соціальних та економічних проблем. В сучасному світі також високий ризик викликають технологічні загрози. З високим рівнем використання технологій у сучасній політиці виникає загроза маніпуляцій та дезінформації через соціальні мережі та медіаплатформи. Це може викликати спотворення громадської думки та впливати на результати виборів. І врешті-решт, невпевненість у законодавчій системі. Постійні зміни у законодавстві та невпевненість у правових нормах можуть призводити до складнощів у регулюванні політичної агітації та виборчих процесів, створюючи простір для правових колізій та непорозумінь. Усі ці виклики та загрози вимагають уважної уваги та ефективних стратегій для підтримки демократії та стабільності в політичній системі України. В цілому, виборча агітація в Україні

відображає різноманітність політичних та суспільних процесів в країні, включаючи демократизацію, політичні конфлікти, культурні зміни та розвиток медіа-простору. Вона вимагає відповідального та обізнаного підходу як з боку політичних акторів, так і з боку громадянського суспільства та медіа.

ВИСНОВКИ

В роботі окреслено основні напрямки дослідження агітації як соціального феномену та наукової категорії. Визначено, що психологічний аспект дослідження агітації у політичних процесах сучасності досліджений недостатньо. Відповідно до цього сформовано категоріальний апарат дослідження. Запропоновано визначення агітації як активного процесу впливу на громадську думку, спрямованого на підтримку певних політичних ідей, кандидатів, партій або політичних програм. Головною метою політичної агітації є переконання громадян у правильності певних політичних позицій та залучення їх до активної участі у політичних процесах, таких як вибори чи громадські акції.

Завдяки дослідженню отримано висновок, що дослідження політичної агітації як виборчої технології відіграє критичну роль у розумінні динаміки та механізмів сучасних виборчих процесів. Теоретичний аналіз виявляє різноманітність підходів до визначення агітації, її функцій та ефектів на політичні переконання та поведінку виборців. Вивчення історичного розвитку та еволюції агітаційних технік дозволяє зрозуміти зміни в стратегіях впливу на громадську думку в контексті розвитку медіа та технологій. Методологічний інструментарій, який охоплює як кількісні, так і якісні методи дослідження, забезпечує глибоке та всебічне вивчення агітації, відкриваючи можливості для оцінки її ефективності та впливу. Загалом, теоретичні та методологічні засади формують міцний фундамент для подальших досліджень політичної агітації, надаючи інструменти для аналізу як традиційних, так і новітніх форм агітаційної діяльності. Це дозволяє не тільки краще розуміти механізми впливу політичної агітації на виборчі результати, але й розробляти рекомендації для підвищення прозорості та чесності виборчих кампаній. Отже, теоретико-методологічний аналіз є ключовим для поглиблення знань про політичну агітацію та її роль у сучасній політиці, сприяючи розвитку демократичних інститутів та здорового політичного діалогу.

Висновок щодо політичної агітації як наукової категорії полягає у визнанні її важливості та складності як інструменту політичної комунікації і впливу на суспільство. Політична агітація, включаючи її різноманітні стратегії та методи, є ключовим елементом у політичних дослідженнях, оскільки вона грає вирішальну роль у формуванні громадської думки, поведінки виборців та політичних процесів. Ця область дослідження включає аналіз комунікативних стратегій, психологічного впливу, соціальних та політичних наслідків агітації та контекстуального аналізу, що дозволяє розуміти, як агітація функціонує у різних умовах і який вплив вона може мати.

Таким чином, значення політичної агітації полягає у її спроможності мобілізувати підтримку, формувати ідентичність та переконання, а також у її потенціалі впливати на результати виборів та політичні рішення. Водночас, агітація може мати як позитивні, так і негативні наслідки, залежно від того, як вона використовується та яку роль відіграє у політичному дискурсі. В контексті демократичних суспільств агітація є важливою частиною політичного процесу, сприяючи активній участі громадян та підтримці демократичних інститутів. Однак, вона також може використовуватися як засіб маніпуляції та дезінформації, що підриває довіру до політичного процесу та здорового суспільного діалогу.

Також було визначено, що історія розвитку агітації тісно переплетена з еволюцією політичної думки та практики. Вивчення цього процесу демонструє, як змінювалися методи та інструменти агітації відповідно до трансформації політичних систем, технологій комунікації та суспільних цінностей. Розвиток агітації відображає зміни у способах ведення політичної боротьби та в інструментах впливу на громадську думку. Політична теорія, в свою чергу, надала концептуальні рамки для розуміння цих змін, вказуючи на важливість агітації в мобілізації підтримки, формуванні ідентичностей та впливі на політичні процеси.

Аналіз історії розвитку агітації також виявляє зростаючу роль інновацій та технологічного прогресу в політичній комунікації. Це змінило не тільки способи

доставки агітаційних повідомлень, але й створило нові виклики та можливості для політичної участі та взаємодії. Агітація відіграє вирішальну роль у політичному процесі, бо є ключовим інструментом для формування громадської думки, мобілізації підтримки та стимулювання виборчої активності. Через різноманіття комунікаційних каналів та методів, агітація сприяє залученню виборців, інформуванню їх про політичні програми та кандидатів, а також впливає на виборчі переваги та рішення. Аналіз показує, що ефективна агітація може значно підсилити політичні кампанії, забезпечуючи зв'язок між політичними акторами та виборцями. Водночас вона несе в собі певні ризики, такі як поширення недостовірної інформації або маніпуляцій громадською думкою, що підкреслює необхідність регулювання та контролю за агітаційними діями.

Отже, місце агітації у політичному процесі є непохитним, оскільки вона служить мостом між політикою та суспільством, дозволяючи забезпечити двосторонній зв'язок і зрозуміння. Водночас, роль агітації має враховувати змінювану природу медіа-пейзажу та постійно адаптуватися до нових комунікаційних технологій для ефективного досягнення та впливу на цільову аудиторію. Загалом, агітація є фундаментальним компонентом політичного процесу, сприяючи активізації громадської участі у виборах, формуванні інформованого вибору та підтримці демократичних інститутів. Втім, її вплив на демократію залежить від забезпечення прозорості, чесності та відповідальності в процесі агітації.

Дослідження прикладних аспектів виборчої агітації виявило важливість інноваційних та традиційних методів у формуванні ефективних політичних кампаній. Використання соціальних мереж, цифрових платформ, а також традиційних ЗМІ та особистісного спілкування відкриває нові можливості для залучення та активізації виборців, надаючи кампаніям засоби для точкового та масового впливу. Аналіз інформаційних ресурсів показав, що успіх виборчої агітації залежить від здатності адаптуватися до змінюваного інформаційного середовища та потреб цільової аудиторії. Ефективне поєднання різних агітаційних інструментів та стратегій,

врахування психологічних аспектів переконання та використання даних для цільового маркетингу є ключовими факторами успіху.

Загалом, прикладні аспекти виборчої агітації демонструють її значимість як інструменту політичного впливу та важливість інтеграції інноваційних підходів для підвищення ефективності політичних кампаній. Розвиток технологій надає нові можливості для агітації, але також ставить перед суспільством та регуляторами виклики щодо її регулювання та контролю за дотриманням демократичних норм та цінностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адашис Л.І. Тлумачення передвиборної агітації та форми її здійснення політичними партіями на виборах народних депутатів України. Право і суспільство. 2011. № 6. С. 19–25.
2. Афанасьєв М.В. Технологічна складова виборчої інженерії. Юридичний вісник України. 2013. № 3. С. 66–72.
3. Балакірева О. Засоби масової інформації та вибори: сприйняття електоратом результатів соціологічних опитувань та політичної реклами. Політичний портрет України. 1998. № 21. С. 56-67.
4. Бебик В. Політичний маркетинг. Політологічні читання. 1995. № 2. С. 198-214.
5. Бурбан Ю. Проблеми законодавчого регулювання політичної реклами. Економіка. Фінанси. Право. 1998. № 7. С. 29-30.
6. Буян К. Виборчі технології як засіб маніпулювання електоральними настроями. Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. 2008. Вип. 14.
7. Власенко О. Пропонуємо виборчі технології. Лабораторія сучасних виборчих технологій при Фонді сприяння місц. самоврядуванню в Україні. 1997. С. 6.
8. Войтенко В. П. Виборчі технології у дзеркалі математики, відкритої політики. К., 1999. С. 13.
9. Волошенюк О. В. "Медіаосвіта та медіаграмотність": підручник 2012 р. С. 71.
10. Воробйова Г. Ю. Феномен організації влади в США у концепціях Г. Лассуела та Ч. Мерріама. Дні науки філософського факультету. 2010. С. 50-55.
11. Геслі В. Чинники впливу на голосування українських виборців. Політична думка. 2000. № 3. С. 20 - 44.
12. Дем'яненко М. Вибори і новітні інформаційні технології [Інформатизація виборчих процесів] Голос України. 2001. С. 12.
13. Коваль М. І. Особливості фінансового та інформаційно-аналітичного забезпечення участі засобів масової інформації у виборчому процесі: проблеми вдосконалення виборчого законодавства. 2000. С. 98-102.

14. Комарова О. Соціальна справедливість як основний принцип процесу розподілу соціальних трансфертів. 2008. № 2. С. 106–113.
15. Костенко Н. Мас-медіа у виборах: ціннісні орієнтації політичної сфери: [Медіакультура у політ. сфері] Політична думка. 1999. № 4. С. 100-120.
16. Кочубей Л. Виборчі технології: Навч. посіб. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2008. С. 332.
17. Нельга О. В. Актуальні проблеми правового регулювання участі засобів масової інформації у виборчому процесі. Роль і місце засобів масової інформації у виборчому процесі. 2000. С. 8-26.
18. Нестерович В.Ф. Виборче право України: Підручник. 2017. С. 504.
19. Орбан-Лембрик Л. Соціально-психологічні уроки передвиборчих маніпуляцій. Соціальна психологія. 2009. № 3. С. 78.
20. Посполева І.М. Конституційно-правове регулювання передвиборчої агітації: дис. канд. юрид. наук. Київ, 2016. С.192.
21. Почепцов Г. Політична реклама України: стратегії виграшу чи програшу. Вісник. Сер. Журналістика. 1997. Вип. 5. С. 34-36.
22. Почепцов Г. Це солодке слово електорат. Роль політ. реклами партій під час проведення вибор. кампаній 2000. С. 14.
23. Савков А.П. Сучасна роль засобів масової інформації у виборчому процесі України. Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. 2010. № 2. С. 103-108.
24. Степаненко В. Українська суспільна трансформація крізь призму Помаранчевої революції. Політичний портрет України. 2005. № 32. С. 34 – 45.
25. Татарникова Л. А. Інформація чи передвиборна агітація? Проблеми правового визначення понять. Роль і місце засобів масової інформації у виборчому процесі. 2000. С. 87-90.
26. Федюніна А. "Маніпуляційна складова політичного процесу" ОЮА_Українське суспільство та наука_конф-2023-Том 2 С. 605-607

- http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/26135/ОЮА_Українське%20суспільство%20та%20наука_конф--Том%202.pdf?sequence=1&isAllowed=y
27. Харченко Л. Міфотворчість як дієвий чинник суспільно-політичного життя. Вісник Львівського університету. 2003. Вип. 5. С. 199 – 207
 28. Чекмишев О. В. Принцип рівних умов при використанні засобів масової інформації у передвиборній агітації: теорія і практика. Роль і місце засобів масової інформації у виборчому процесі. 2000. С. 34-41.
 29. Шайгородський Ю. Громадська думка про рейтинги та довіру до них. Соціальна психологія. 2004. № 4. С. 149 – 158.
 30. Шведа Ю. Р. Вибори від А до Я: Настільна книга менеджера виборчої кампанії. Львів: Видавництво «Астролябія». 2015. С. 80.
 31. Шеверєва В.Є. Проблеми правового регулювання передвиборчої агітації в Україні. 2012. 316 с.
 32. Шеверєва В.Є. Проблемні питання правового регулювання передвиборчої агітації із застосуванням мережі Інтернет. 2016. № 4. С. 233–238.
 33. Шевченко Т.С. Перспективи вдосконалення правового інституту передвиборної агітації у засобах масової інформації. Вибори та демократія: наук.-просвітницький правничий журн. 2006. № 1. С. 65.
 34. Шевченко Т.С. Правове регулювання передвиборчої агітації у засобах масової інформації. Наукові записки НаУКМА. 2012. С. 93–96.
 35. Bandura A. Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective on Human Nature, 1st Edition. 2023. С. 54.
 36. Castells M. The Rise of the Network Society, 2nd Edition. 2009. С. 430.
 37. Chapman J. "Practical Agitation" January 17, 2022. С. 20.
 38. Laclau E. Hegemony And Socialist Strategy: Towards A Radical Democratic Politics. 2014. С. 120.

- 39.Lasswell H. Power and Society: A Framework for Political Inquiry 2017. C. 57.
- 40.Lasswell H. Propaganda Technique in the World War [Reprint] 2013. C. 102.
- 41.Lippmann W. Public Opinion Kindle Edition. 2020. C. 34.
- 42.Tarrow S. Contentious Europeans: Protest and Politics in an Integrating Europe. 2001. C. 226.
- 43.Tilly C. The Politics of Collective Violence. 2003. C. 73.