

обласними радами та адміністраціями, ліквідувавши інститут префектури. А за обласними радами слід закріпити наглядові функції подібні воєводствам, що забезпечить в умовах децентралізації унітарність держави та не дасть можливості посиленню відцентрових тенденцій. На рівні районів, аналогічно до повіт, виконавчу владу слід передати повністю органам районних рад та встановити контроль за їх діяльністю з боку голів обласних державних адміністрацій.

Список використаної літератури:

1. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=194982.
2. Байрак С. Місцеве самоврядування Республіки Польща: особливості становлення та засади функціонування [Електронний ресурс] / С. Байрак // Studia politologica Ucraino-Polona. – 2013. – Вип. 3. – С. 255-262. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup_2013_3_30
3. Закон Республіки Польща «Про місцеві органи самоврядування» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://municipalkg.narod.ru/interlaw/gmina.htm>.
4. Закон Республіки Польща «Про місцеве самоврядування повіт» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://municipalkg.narod.ru/interlaw/povyt.htm>.

Ключові слова: муніципальна політика, Республіка Польща, місцеве самоврядування, децентралізація, гміни, повіята, воєводства, асамблеї.

Ключевые слова: муниципальная политика, Республика Польша, местное самоуправление, децентрализация, гмины, повята, воєводства, ассамблеи.

Key words: municipal policy, Republic of Poland, local self-government, decentralization, communes, parishes, voivodships, assemblies.

ВАЙЄР АЛІНА МАРЛЕНІВНА

Національний університет «Одеська юридична академія»,
аспірантка кафедри політичних теорій

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ

Поняття соціальних мереж ще до появи Інтернету в 1954 році ввів Джеймс Барнс в роботі «Класи і збори в норвезькому острівному приході». У другій половині XX століття серед англomовних дослідників визначення стало вельми популярним для позначення зв'язків між групами осіб, які постійно підтримують номінальні або фактичні відносини.

З плином часу поняття соціальних мереж стало застосовуватися не тільки по відношенню до людей, які представляють соціальні групи, а

до будь-яких акторів, які можуть вступати в соціальні відносини: організації, комерційні структури, соціальні інститути.

На науковому рівні розуміння соціальна мережа це структура, яка складається з багатьох суб'єктів, що вступають в найрізноманітніші соціальні відносини і формують складну сукупність соціальних зв'язків [3, с. 15].

В сучасному світі соціальні мережі стали асоціюватися виключно з мережею Інтернет і служать не тільки майданчиками для комунікації окремих людей, а й інструментом просування як комерційних проєктів і послуг, так і політичних акторів, що ми побачили у президентській виборчій кампанії 2019 року в Україні. Головну роль тут відіграє робота web-маркетингу, який є більш агресивним ніж в традиційних ЗМІ і використовує безліч маніпулятивних стратегій. Основна характеристика маніпуляцій в мережі полягає в тому, що свобода Інтернету дає користувачеві ілюзію особистого вибору, а маркетингові ходи, підживлюючи цю ілюзію, змушують користувача діяти у спосіб, який вигідний автору стратегії. Інформаційний вплив в рамках виконання такої маркетингової стратегії є досить масованим. Використання соціальних мереж як майданчиків для просування чогось робить подібні стратегії все більш значущими. На перший погляд формула для побудови політичного іміджу в соціальних мережах досить проста і включає в себе маніпуляцію інформацією і реакцію на цей вплив.

Для того, щоб задіяти ресурси Інтернету, не потрібно володіти величезними фінансовими засобами, будь-яка організація або діяч мають до його можливостей вільний доступ, щоб розмістити контент будь-якої спрямованості, в тому числі і різних альтернативних поглядів на події, що відбуваються або на укорінені факти: на історію, на політичне життя. Це може вести до зростання панічних настроїв, пов'язаних з упевненістю в існуванні «світових політичних змов». Якщо ж свободою масової інформації зловживати: на замовлення розміщувати на різних ділянках Мережі конкретно створений для цього контент, то це неминуче призведе до формування конкретної громадської думки, незалежно від тематики контенту.

Для молодого покоління саме в просторі Інтернету формується політичний порядок денний. Величезна кількість урядових організацій мають свої сайти в мережі Інтернет [1, С. 104].

Зустрічі політичних лідерів з «лідерами думок» (блогерами, контент-мейкерами), в різних державах свідчать про те, що в рамках заборонних або маніпулятивних стратегій впливати на Інтернет простір неможливо. Поширення контенту відбувається блискавично, відстежити його джерела важко і марно, а значить це впливає на політичний імідж – позитивно або негативно. Необережні висловлювання можуть перетворитися в Інтернет «мем» і максимально швидко поширитися в мережі, багато в чому через саму специфіку феномена Інтернету, який слабо піддається правовому регулюванню. Змінити цю інформацію буде складно.

Також не варто забувати про те, що соціальні мережі відіграють визначальну роль при організації і підтримці мітингів, революцій. За даними спеціалістів і признаннями офіційних учасників подій, якраз “Twitter” і “Facebook” відіграли основну роль у соціальних збуреннях, названих “революціями” в більшості країн арабського світу, або у протестних акціях в європейських країнах. По-іншому це технології керованого, як сподіються автори “революцій”, а насправді некерованого хаосу [2, с. 21]. Соціальні мережі і в Україні відіграли значну роль у революції Гідності та у сучасній політичній ситуації. Соціальні мережі показали себе як одні з найкращих майданчиків для підбурювання аудиторії і закликів до дій. Вони можуть ставати інструментом або повалення або підтримки режимів, можуть виступати також і як інструмент у інформаційній війні. Тому користувачі повинні уважно ставитись до того, яку інформацію вони отримують та яку самі надають.

Список використаної літератури:

1. Лысенкова М.Ф. Особенности политической интернет-рекламы // Политика и Общество. 2012. № 2. С. 104.
2. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.
3. Щекотихин В.М. Информационная война. Информационное противоборство: теория и практика: монография. М.: Академия ФСО России, ЦАТУ, 2010. С. 15

Ключові слова: соціальні мережі, інтернет, маніпулятивний вплив, політичний імідж.

Ключевые слова: социальные сети, интернет, манипулятивное воздействие, политический имидж.

Key words: social networks, internet, manipulative impact, political image.

ГРОНА КСЕНІЯ ГОРІВНА

Національний університет «Одеська юридична академія»,
аспірантка кафедри політичних теорій

ДЕВІАНТНА ПОВЕДІНКА МОЛОДІ

Актуальність обумовлена реаліями українського буття. Під цим розуміється, що індустріальний тип суспільства змінюється на інформаційний. Формуються принципово нові моделі поведінки, старі традиції та норми відпадають за необхідністю, а нові ще не затвердились. Звідси виникає проблема соціальної аномії, а також відбувається заміна соціального простору девіантними цінностями. Проте слід розрізняти