

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ПРОХОРЕНКО АЛІНА МАРЛЕНІВНА

УДК 321.01:001.895(477)+323.21:004.77(477)

ДИСЕРТАЦІЯ
КОНЦЕПТ ІННОВАЦІЙНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЇХ В УКРАЇНІ

Спеціальність 052- політологія

Галузь знань - 05 Соціальні та поведінкові науки

Подається на здобуття наукового ступеня **доктора філософії**
Дисертація містить результати власних досліджень. Використання чужих
ідей, результатів і текстів мають посилання на відповідне джерело
_____ А.М. Прохоренко

Науковий керівник
доктор історичних наук, професор,
заслужений діяч науки і техніки України
КОРМИЧ Людмила Іванівна

АНОТАЦІЯ

Прохоренко А.М. Концепт інноваційних політичних технологій та особливості впровадження їх в Україні. - Рукопис.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 052- політологія. Національний університет «Одеська юридична Академія», Одеса, 2021.

Дисертаційна робота присвячена актуальній проблемі вивчення сутності, варіацій і механізмів застосування нових політичних технологій, які вимагають готовності громадян до сприйняття сучасних методів впливу. Ступінь готовності громадянського суспільства до змін та інновацій в сфері політики визначає загальний показник інноваційного розвитку держави.

Вибір теми дисертаційного дослідження був обумовлений тим, що у ХХІ столітті конкурентоспроможність держав безпосередньо залежить від «креативної» здатності до створення передового, раніше не існуючого, а нині затребуваного масовим споживачем продукту. Більш того, мова йде не тільки про впровадження нових технологій і нових виробництв, а й про досягнення фактично нових стандартів взаємодії політики, економіки та культури. Маркером впровадження різних інноваційних проектів в державі, багато в чому, є використання саме інноваційних політичних технологій.

Особливу складність в питаннях застосування політичних технологій представляє вплив державної політики на можливість діалогу і взаємодії різних секторів суспільства - підприємництва, науки і самого державного апарату. Політичний аспект проблеми державних інновацій полягає в широті їх можливостей і, одночасно, в необхідності існування деяких обмежень. Державний апарат, як важливе джерело інноваційного руху, володіючи ресурсами і впливом, повинен бути обмежений в реалізації інноваційних проектів реальною потребою в них і готовністю до них електоральної більшості. При цьому, інновації в процесі глобалізаційного розвитку

обмежуються не тільки державою, а й наднаціональними структурами, які накладають зобов'язання на дії самої держави. У дослідженні зазначено, що найбільш значуща в політичному житті інновація пов'язана з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Наголошено, що особливо важлива політична технологія сьогодні - це політична комунікація в мережі Інтернет.

Поширення Інтернету впливає не тільки на створення нових політичних технологій комунікативного процесу, підвищуючи його ефективність, але і розширює можливості маніпулювання свідомістю громадян новими способами пропаганди. Все це значним чином трансформує взаємодію громадянського суспільства та держави.

При дослідженні природи впливу Інтернету на громадянське суспільство необхідно було знайти відповіді на такі базисні питання: Чим відрізняється Інтернет якісно від традиційних медійних форм політичної комунікації? Чи забезпечують закладені в ньому можливості покращення громадянського суспільства за допомогою ширшого доступу до інформації, вдосконалення комунікації між урядом та громадянами, а також завдяки більшій прозорості? А також чи становить Інтернет загрозу цілісності громадянського суспільства, у міру того, як частина людей відмовляється від традиційного досвіду політичної участі та починає переслідувати вузькі інтереси у просторі маленьких віртуальних майданчиків?

Дослідження ролі Інтернету у становленні громадянського суспільства є проблематичним з позицій використання традиційних наукових підходів з двох основних причин. По-перше, Інтернет змінюється так стрімко і активно, що надзвичайно складно відстежити варіації його змісту та напрямків розвитку, при цьому важливо передбачити, як саме він вплине на політичну поведінку та громадянське суспільство. Важливо розуміти, як включити Інтернет у дискусію про політику та суспільство і перетворити його в елемент, який сформований та обумовлений суспільними запитами, як

функціонує Інтернет в сучасних політичних інститутах, змінюючи природу відносин між громадянами та політичними лідерами, ЗМІ, лідерами громадської думки (зокрема, блогерами) та інше. Існують різні оцінки Інтернету та його ролі у політиці, але фундаментальних досліджень цього феномену недостатньо, що і актуалізує обрану для дослідження тему.

Враховувати це, **об'єктом** наукового аналізу стали інноваційні політичні технології як явище сучасного політичного життя та їх роль в політичному процесі.

В якості **предмета** дослідження виступили специфіка, моделі та форми інноваційних технологій, що впроваджуються в сучасній політичній практиці України.

Відповідно до обраних об'єкта та предмета були сформульовані **мета і завдання**, вирішення яких обумовило наукову новизну дослідження та його теоретичне і практичне значення.

Метою дисертаційного дослідження було: виявити розвиваючий потенціал впровадження інноваційних політичних технологій в українську політику, обґрунтувати необхідність застосування політичних інновацій, з'ясувавши сильні та слабкі сторони цього процесу; дослідити зв'язок між впровадженням інноваційних політичних технологій і розвитком політичної культури, громадянського суспільства та системи управління в державі.

Для цього було вирішено ряд конкретних **завдань**: проаналізовано теоретико-методологічні основи формування та впровадження концепту інноваційних політичних технологій, розкрито сутність практичної реалізації стратегій інноваційного розвитку в Україні в рамках сучасних соціально-політичних реалій, через їх моделі та форми; досліджено особливості та можливості застосування Інтернет-технологій в українському політичному процесі і оцінені соціально-політичні ризики використання Інтернет-комунікацій у вирішенні політичних завдань щодо суспільної свідомості, функціонування влади та її комунікації з громадянським суспільством.

В процесі розв'язання окреслених завдань зроблені висновки, які і визначили рівень наукової новизни виконаного дослідження.

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає в наступному:

Вперше:

Визначено особливий вимір політичного життя, що можна називати «мережевою політикою», яка в цілому являє собою новий спосіб політичної комунікації, забезпечує можливість отримувати найбільшу зацікавленість у широких електоральних мас та дозволяє максимально оперативно зв'язуватися з інститутами громадянського суспільства, відповідати на їхні запити і відстежувати динаміку зміни громадської думки. Разом з тим, в рамках політичної Інтернет-комунікації можна проводити інформаційні атаки, чинити політичний вплив і маніпулювати громадською думкою, тож подвійний характер впливу треба враховувати. Але інтернет-комунікація виступає специфічним регулятором процесу прийняття політичних рішень, що є одним із засобів переходу до демократії прямої дії.

Доведено, що ефективність політичних Інтернет-технологій в Україні визначається не так ступенем впливу на результат виборчих кампаній, як активізацією взаємодії влади та суспільства (доступністю політичної інформації, відкритістю прийняття рішень, скороченням матеріальних бюрократичних витрат).

Запропоновано варіанти протидії негативним, з позицій політичного впливу, факторам застосування інноваційних політичних технологій як: загрози і ризики кібертероризму, зниження цінності політичної інформації за рахунок «політичного спаму» і недобросовісних політичних кампаній тощо.

Сформульовано теоретичні рекомендації щодо створення результативних форм здійснення політичного процесу українськими політиками і політичними елітами за допомогою мережі Інтернет.

Систематизовано фактори впливу інноваційних технологій, в рамках інтернет-комунікацій, на сучасну політичну активність і розвиток

інформаційного суспільства. Доведено, що інноваційні технології забезпечують прямий вплив не тільки на політичне життя суспільства в цілому, але і на конкретні процеси управління державою, формування виборчих та партійних систем тощо.

Уточнено та вдосконалено:

Визначення основних властивостей і тенденцій розвитку політичної інтернет-комунікації, механізму впливу цих комунікацій на дії політичних акторів;

Розуміння змісту і значення нових форм застосування інформаційних і комунікаційних технологій на базі мережі Інтернет для розширення демократичності політичних процесів, серед яких: електронне голосування, інтернет-петиції, нові форми опитувань громадської думки;

Визначення політичних технологій, спрямованих на інтерактивний діалог та взаємодію політичної влади з громадянами, стають більш затребуваними в умовах трансформацій, детермінованих розвитком інформаційного суспільства;

Критерії ефективності використання політичних Інтернет-технологій у процесі взаємодії «влада-суспільство», серед яких: доступність політичної інформації, відкритість прийняття рішень, дотримання принципу свободи слова, плюралізму думок; безперервність комунікації влади та суспільства, скорочення витрат на взаємодію владних структур з бізнесом, громадянами; реалізація діалогової форми комунікації та оперативного зворотнього зв'язку;

Параметри можливостей і перспектив розширення впливу політичної інтернет-комунікації на базі різноманітних теоретичних досліджень і аналізу практичних експериментів, які проводилися в різних державах з початку нового тисячоліття;

Термінологічні трактування ряду дефініцій, серед яких: «інноваційні політичні технології», «інтернет-політика», «кібертероризм» та інші.

Дістало подальшого розвитку:

Узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду впровадження інноваційних політичних технологій, які спираються на функціонування мережі Інтернет;

Порівняння політичної інтернет-комунікації за ступенем впливу з традиційними ЗМІ та визначення ряду значних переваг нового формату політичної комунікації;

Характеристика механізмів, за допомогою яких політичні інтернет-комунікації включаються в процес боротьби політичних еліт за електоральний вибір, за доступ до високих державних посад;

Аналіз конкретних прикладів впровадження інтернет-комунікацій в сучасну українську політику і оцінка їх ефективності.

Все це надало роботі теоретичного та практичного значення, які полягають у комплексності підходу до визначення місця та ролі інноваційних політичних технологій в реалізації конкретної політики в умовах демократичного транзиту України, як в аспекті теоретичного обґрунтування, так і в плані формулювання практичних рекомендацій щодо ефективності впровадження даних технологій. Теоретична та практична значущість дослідження полягає в тому, що отримані висновки та результати прирошують знання з вивчення політичних технологій, зокрема, в рамках використання Інтернет в політичній комунікації та організації політичної діяльності.

Емпіричні результати дисертаційного дослідження доповідалися та обговорювалися в форматі виступів на міжнародних і всеукраїнських наукових конференціях, а також на наукових семінарах, що організовувалися кафедрою політичних теорій НУ «ОЮА» протягом 2017 – 2021 років.

***Ключові слова:* інноваційні технології, інтернет-комунікація, інтернет-технології, політична комунікація, політичні технології, цифровізація, віртуальні політичні спільноти, мережева політика, політичне блогерство.**

SUMMARY

Prokhorenko A.M. The concept of innovative political technologies and features of their implementation in Ukraine. - Manuscript.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy, specialty 052 - Political Science. National University "Odesa Law Academy", Odesa, 2021.

The dissertation deals with the topical problem of studying variations and mechanisms of application of new political technologies which require, to some extent, the readiness of citizens to accept modern methods of influence. The degree of the civil society readiness for change and innovation in politics determines the overall indicator of innovative development of the state.

The choice of this research topic was due to the fact that in the XXI century the competitiveness of states directly depends on the "creative" ability to elaborate and to develop a headmost product, previously non-existent but now being in demand by the mass consumer. Moreover, the case in point is not only introduction of new technologies and new industries but, as well, achieving virtually new standards of interaction between politics, economics and culture. The marker of the implementation of various innovative projects in the country, in many respects, is the use of innovative political technologies.

That is why the impact of public policy on the possibility of dialogue and interaction between different sectors of society - entrepreneurship, science and the state apparatus - is of particularly difficult when applying political technologies. The political aspect of the problem of state innovation is made of the breadth of their possibilities and, at the same time, of need of some restrictions existence. The state apparatus, being the main source of the innovation movement and having resources and influence, must be restricted in implementation of innovative projects by the real need for them and readiness of the electoral majority for them.

In this regard, innovations in the process of globalization are restricted not only by the state but also by supranational structures that impose obligations on the

actions of the state itself. It is emphasized in the thesis that the most important political technology today is political communication via/on the Internet.

The spread of the Internet affects not only the creation of new political technologies of the communicative process, increasing its efficiency, but also expands the possibilities of manipulating the minds of citizens in new ways of propaganda. All this significantly transforms the interaction between civil society and the state.

In studying the nature of the impact of the Internet on civil society, it was necessary to find answers to the following basic questions: How does the Internet differ qualitatively from traditional media forms of political communication? Does it provide opportunities to improve civil society through greater access to information, better communication between government and citizens, and greater transparency? And is the Internet a threat to the integrity of civil society as some people abandon the traditional experience of political participation and pursue narrow interests in the space of small virtual platforms?

Research on the role of the Internet in the formation of civil society is problematic from the standpoint of using traditional scientific approaches for two main reasons. First, the Internet is changing so rapidly and rapidly that it is extremely difficult to track variations in its content and directions, and it is important to predict how it will affect political behavior and civil society. It is important to understand how to include the Internet in the discussion of politics and society and turn it into an element that is shaped and driven by societal demands. The paper defined how the Internet functions in modern political institutions, changing the nature of relations between citizens and political leaders, the media, public opinion leaders (including bloggers) and more. There are different assessments of the Internet and its role in politics, but basic research on this phenomenon is not enough, which actualizes the chosen topic for research.

With this in mind, the **object** of scientific analysis has been innovative political technologies and their role in the modern political process.

The **subject** of the study are the specificity, models and forms of innovative technologies implemented in the modern political practice of Ukraine.

According to these object and subject, the **purpose and tasks** were formulated, the solution of which determined the scientific novelty of the research and its theoretical and practical significance.

The **purpose** of this research was to identify the development potential of innovative political technologies implementation in Ukrainian politics, to justify the need for political innovation having clarified the strengths and weaknesses of this process; to study how introduction of innovative political technologies is connected and coherent with development of political culture, civil society and governance in the country.

In order to get this done it was important to solve a number of specific **tasks**: to analyze the theoretical and methodological foundations of formation and implementation of the concept of innovative political technologies, to reveal the essence of practical implementation of innovative development strategies in Ukraine within modern socio-political realities through their models and forms, to explore the features and possibilities of using Internet technologies in the Ukrainian political process and to assess the socio-political risks of using Internet communications in solving political problems concerning the public consciousness, functioning of government and its communication with civil society.

In the process of solving these tasks, conclusions were made which have determined the level of scientific novelty of the research.

The scientific novelty of the dissertation is as follows:

For the first time:

A special dimension of political life, which can be called "network policy", has been identified. The "network policy", in tote, is a new way of political communication making possible to gain the greatest interest of the broad electorate and allowing communication with the civil society institutions, to respond to their requests and to monitor the dynamics of the public opinion changes.

At the same time, within the framework of political Internet communication men may and can carry out information attacks, exert political influence and manipulate public opinion, so the dual nature of influence must be taken into account. The Internet communication, in fact, is a specific regulator of the political decision-making process which is one of the means of transition to the direct democracy;

It was proved that the effectiveness of political Internet technologies in Ukraine is determined not so much by the degree of influence on the outcome of election campaigns as by intensifying interaction between government and society (availability of political information, open decision-making, reduction of material bureaucratic costs).

Options for counteracting negative, from the perspective of political influence, factors of innovative political technologies such as: threats and risks of cyberterrorism, reduce of the political information value due to "political spam" and political campaigns of *mala fide*, etc.;

Theoretical recommendations to create effective forms of political process by Ukrainian politicians and political elites by means of the Internet have been formulated;

Factors of influence of innovative technologies within the limits of Internet communications on modern political activity and development of information society have been systematized. It is proved that innovative technologies directly impact not only the political life of society as a whole but also specific processes of state governance, formation of electoral and party systems, etc.

Have been refined and improved:

Definitions of the main properties and trends in the development of political Internet communication, the mechanism of influence of these communications on political actors' efforts;

Comprehension of content and importance of new forms of application of information and communication technologies on the Internet basis to increase the

democracy of political processes, including: electronic voting, online petitions, new forms of public opinion polls;

It is determined that political technologies aimed at interactive dialogue and interaction of political power with citizens are becoming more popular in the conditions of transformations determined by the development of the information society;

Criteria for the effectiveness of the use of political Internet technologies in the process of «government-society» interaction are highlighted, including: availability of political information, openness of decision-making, observance of the principle of freedom of speech, pluralism of opinion; continuity of communication between government and society, reducing the cost of interaction of government agencies with business, citizens; implementation of dialogic form of communication and operational feedback;

Parameters of opportunities and prospects for expanding the impact of political Internet communication on the basis of various theoretical studies and analysis of practical experiments conducted in different countries since the beginning of the new millennium;

Terminological interpretations of a number of definitions including: "innovative political technologies", "Internet politics", "cyberterrorism" et al.

Further development got:

Generalization of domestic and foreign experience of the innovative political technologies implementation based on the Internet functioning;

Comparison of political Internet communication in terms of its degree of influence with traditional media, and identification of a number of significant advantages of the new format of political communication;

Characteristics of the mechanisms by which political Internet communications are included in the process of struggle of political elites for electoral choice, for access to high government positions;

Analysis of specific examples of the Internet communications introduction to the modern Ukrainian politics, and evaluation of their effectiveness.

All this gave the work theoretical and practical significance which are the complexity of the approach to determining the place and role of innovative political technologies during implementation of specific policies in the democratic transit of Ukraine both in terms of theoretical justification and in terms of formulating practical recommendations for effective implementation of these technologies. The theoretical and practical significance of the study is that the findings and results increase knowledge of the study of political technology, in particular, in the use of the Internet in political communication and political organization.

The empirical results of this dissertation were reported and discussed at international and national scientific conferences, as well as at scientific seminars organized by the Department of Political Theories of the NU "OLA" during 2017 - 2021.

Key words: innovative technologies, Internet communication, Internet technologies, political communication, political technologies, digitalization, virtual political communities, network policy, political blogging.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Вайєр А.М. Переваги та недоліки голосування в інтернеті. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2017. Вип. 60. С. 262-272.
2. Вайєр А.М. Напрями сучасних наукових досліджень політичних технологій. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2018. Вип. 61. С. 84-94.

3. Вайєр А.М. Місце політичних рішень в процесі розвитку сучасної України. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2019. Вип. 63. С.194-205.

4. Вайєр А.М. Інтерактивні форми політичної комунікації. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2019. Вип. 64. С. 134-144.

5. Прохоренко А.М. Впровадження інноваційних політичних технологій у функціонування інститутів державної влади в контексті концепції соціальної модернізації. *Держава і право: збірник наукових праць*. Серія: Юридичні та політичні науки). Київ, 2020. Вип. 88. С. 315-323.

Статті в міжнародних наукових журналах:

6. Вайєр А.М. Технологія створення політичного іміджу. *Evropský politický a právní diskurz*. 2018. Vol. 5, Issue 1. S. 176-180.

Опубліковані праці апробаційного характеру:

7. Вайєр А.М. Інтерактивні форми Інтернет комунікації як сучасний інструмент діяльності адвоката. *Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Адвокатура: минуле, сучасність та майбутнє»*, Одеса, 10 листопада 2017 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С 544-546.

8. Вайєр А.М. Специфіка політичної інформації в мережі Інтернет. *Всеукраїнська наукова конференція студентів та аспірантів «Верховенство права очима правників-початківців»*, Одеса, 18 листопада 2017 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С. 580-582 .

9. Вайєр А.М. Процес інноваційного розвитку політичних технологій відповідно до підходу Й. Шумпетера. *Міжнародна науково-практична конференція «Правові та інституційні механізми забезпечення розвитку України в умовах європейської інтеграції»*, Одеса, 18 травня 2018 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т.1. С. 246-248.

10. Вайєр А.М. Генезис та трансформація політичних технологій. *Матеріали всеукраїнської звітної науково-практичної конференції «Грані права: XXI століття»*, м. Одеса, 19 травня 2018 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т. 2. С. 470-472.

11. Вайєр А.М. Соціальні мережі як інструмент політичного маніпулювання. *Міжнародна науково-практична конференція «Правове життя сучасної України»*, м. Одеса, 17 травня 2019 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2019. С. 234-236.

12. Вайєр А.М. Політичний маркетинг як технологія впливу на суспільство. *Міжнародна науково-практична конференція «Розвиток суспільних наук: європейські практики та національні перспективи»*, м. Львів, 27-28 грудня 2019 р. Львів: ГО «Львівська фундація суспільних наук». 2019. С. 90-92.

13. Вайєр А.М. Застосування виборчих технологій в Україні. Соціально-політичні проблеми сучасності: *тези доповідей V Всеукр. наук. конф. студентів і молодих учених*. (м. Дніпро, 20 березня 2020 р.). Дніпро: ТОВ «Роял Принт», 2020. С. 39-40.

14. Вайєр А.М. Інтернет-комунікація як форма самоорганізації інформаційного суспільства. *Правове життя сучасної України: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* Одеса, 15 травня 2020 р. у 3 т. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Т. 1. С. 243-244.

15. Прохоренко А.М. Технологія створення політичного іміджу. *Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції «Місце суспільних наук у системі сучасного гуманітарного знання XXI століття»* (м. Київ, 18-19 грудня 2020 р.). Київ: ГО «Київська наукова суспільнознавча організація», 2020. С.80-82.

16. Прохоренко А.М. Вплив інтерактивної політичної комунікації на формування політичної свідомості суспільства. *The 10th International scientific*

and practical conference «Actual trends of modern scientific research» (May 9-11, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany, 2021. P. 320-323.

17. Прохоренко А.М., Савон К.В. Вплив діджиталізації та політичної комунікації на сприйняття України міжнародними партнерами в епоху пандемії. *«Наука та суспільне життя України в епоху глобальних викликів людству у цифрову еру» (з нагоди 30-ти річчя проголошення незалежності України та 25-ти річчя прийняття Конституції України): матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* Одеса, 21 травня 2021 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика». 2021. С.205-208.

18. Кормич Л.І., Прохоренко А.М. Інноваційні механізми взаємодії держави та громадянського суспільства. *The 10th International scientific and practical conference «Fundamental and applied research in the modern world»* (June 9-11, 2021), Boston, USA, 2021. P. 474-478.

ЗМІСТ:

Перелік умовних позначень.....	3
Вступ.....	4
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади аналізу інноваційних політичних технологій.....	12
1.1. Категоріальний апарат характеристики інноваційних політтехнологій.....	12
1.2. Напрями сучасних наукових досліджень політичних технологій...	23
Розділ 2. Моделі та форми інноваційних політичних технологій в сучасному політичному процесі.....	39
2.1. Технології створення політичного іміджу.....	39
2.2. Технології прийняття політичних рішень.....	50
2.3. Інноваційні технології виборчого процесу.....	62
Розділ 3. Специфіка інноваційних технологій формування політичної свідомості та культури.....	82
3.1. Інтернет як потужний засіб розбудови інформаційного суспільства.....	82
3.2. Інтерактивні форми політичної комунікації.....	92
3.3. Феномен віртуальних форм суспільної самоорганізації.....	106
Розділ 4. Здобутки та проблеми застосування інноваційних технологій в сучасній політичній практиці України.....	119
4.1. Інноваційні технології функціонування інститутів державної влади.....	119
4.2. Інноваційні технології взаємодії влади і громадянського суспільства.....	130
4.3. Блогосфера України як форма політичної комунікації.....	141
Висновки.....	159
Список використаних джерел.....	166
Додаток	185

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ЄС- Європейський Союз

ЗМІ- Засоби масової інформації

ІТ- Інтернет технології

КПК- Кримінально-процесуальний кодекс

МІР - модель інноваційного розвитку

НАТО- North Atlantic Treaty Organization (Організація Північноатлантичного договору)

НЛП - нейролінгвістичне програмування

PR - Public Relations (Зв'язки з громадськістю)

SMM - Social media marketing (Маркетинг в соціальних медіа)

ВСТУП

Актуальність теми дисертаційного дослідження визначається тим, що в рамках соціальних трансформацій, які відбуваються у Світі та в Україні, роль інноваційних політичних технологій все більше зростає. Сучасність ставить перед політичною стабільністю нові виклики, посилюється ймовірність радикальних відповідей населення на політичні дії, рівень довіри населення до політичних діячів падає, в цих умовах на політичні технології покладається вимога адекватної відповіді на політичні проблеми і протиріччя, які виникають під час політичного процесу, зокрема, в ході виборчих кампаній, де протиріччя стають особливо гострими, а рішення має бути правомірним. Саме тому пошук результативних і максимально ефективних політичних технологій пов'язаний з інноваційним розвитком політики і суспільства в цілому.

Виходячи з важливості політичних технологій для досягнення політичної стабільності, можна оцінювати їх в якості регулятора поступального розвитку соціуму.

Очевидним є те, що в процесі виборчих кампаній пошук інструментів ефективного використання політичних технологій особливо актуальний, так як спрямований на усунення соціально-політичних загроз і сприяє нормалізації ситуації в державі.

Важливо, що варіації і механізми застосування нових політичних технологій вимагають, певною мірою, готовності громадян до того, щоб сприйняти нові методи впливу. Ступінь готовності громадянського суспільства до зміни та інновацій в сфері політики визначає загальний показник інноваційного розвитку держави. Саме тому особливу складність в питаннях застосування політичних технологій представляє вплив державної політики на можливість діалогу і взаємодії різних секторів суспільства - підприємництва, науки і самого державного апарату. Політичний аспект проблеми державних інновацій полягає в широті їх можливостей і, разом з тим, в необхідності обмежень, які стосуються як інновацій взагалі, так і

оцінки їх відповідності суспільним запитам. При цьому інновації в процесі глобалізаційного розвитку обмежуються не тільки державою, а й наднаціональними структурами, які накладають зобов'язання на дії самої держави. Саме пошук оптимальних інструментів виходу з цієї системи обмежень, є актуальним для розвитку політичних технологій.

Актуальне питання дослідження інноваційної політики полягає в тому, що характер інновацій, вирішуючи одні завдання, неминуче породжує нові виклики. Замінюючи вже вичерпану технологію, в процесі інновації запускаються соціально-політичні зміни, які призводять до появи нових політичних викликів і протиріч. Ці зміни мають еволюційну природу, а тому їх неможливо стримати або нівелювати. У разі спроби контролю за інноваційною політикою з боку бюрократичних структур, назріває соціальне невдоволення, що породжує конфлікт суспільства і держави. Завдання інноваційних політичних технологій не допустити подібних конфліктів, при цьому роблячи свою діяльність більш ефективною. Креативне меншість - творець інноваційних ідей, завжди зацікавлена в їх широкому застосуванні і розголошенні, що дає можливість інноваційним політичним технологіям швидше поширюватися. Все це ставить нас перед актуальним питанням: які чинники впливають на ефективність інноваційної політики в сфері політичних технологій.

Інновації в політиці та державному управлінні - це необхідний крок в умовах міжнародної конкуренції, який зробили багато держав для встановлення політичної стабільності і розширення можливості економічного та технічного прогресу. Інновації у всіх сферах суспільного життя необхідні для соціального розвитку і стійкості ідеї державності. Актуалізації теми дослідження інновацій в політиці, як і в інших сферах, посприяла світова криза, так як саме інноваційний процес нині розглядається як можливість подолання повсюдного економічного спаду і політичної стагнації.

Виходячи з викладеного вище, дослідження інноваційних політичних технологій і інструментів, в просторі політичної нестабільності і протиріч сучасної української дійсності, отримують наукову актуальність.

Ступінь наукової розробленості теми. Проблеми регулювання суспільства, збереження політичної стабільності, участі в політиці громадян держави отримали науковий інтерес з появою перших держав і вивчалися в період Античності, Відродження та Нового Часу численними авторами. Серед них Платон, Аристотель, Н. Макіавеллі, Т. Гоббс, Ж.-Ж. Руссо, Дж. Локк, І. Г. Спенсер та ін.

Сучасні дослідники політичних технологій зупиняються на декількох аспектах: політичний менеджмент, політичний маркетинг, політична комунікація. Окремо стоїть питання про інновації, які є предметом міждисциплінарних досліджень.

Політичний менеджмент з його змістовної сторони розглядають такі автори як: П. Друкер, В. Воронкова, А.Ю. Горчева, Ю. П. Морозов, А. І. Гаврилов, О. Г. Городнов, О. М. Хотяшева, інші.

Розвиток і проблеми політичного маркетингу як способу просування політичних акторів розглядаються в роботах І.Л. Недяк, Б. Ньюмана, П. Бейнса, Д. Ринга та інших авторів.

Інформаційну та комунікативну сутність політичних технологій досліджували як класики (Г. Алмонд, Ф. Конверс, Ф. Тіченор, С. Ліпсет (останній автор одночасно з цим був автором теорії модернізації)), так і сучасні автори, серед яких: Є.Г. Понаморьов, Н.К. Дніпренко, Т. Холбрук, Дж. Заллер, Р. Треба, С. Наумкіна, О. Шевчук та багато інших зарубіжних і вітчизняних фахівців.

В останні три десятка років, з'явилося чимало робіт з проблем і питань інновацій. Інноваційний розвиток розглядається як в українській, так і в зарубіжній літературі з обох позицій: з теоретичної та практичної. Апологетом досліджень можна вважати австрійського економіста і

політолога Й. Шумпетера, який використовував і науково обґрунтував термін «інновація».

Важливе місце в дослідженні питань інноваційних стратегій різних держав, економічних чинників інноваційних хвиль належить англійському економісту К. Фріману. Економічну сторону впливу інновацій на розвиток суспільства розглядали в своїх роботах П.Ф. Друкер і А. Гобсон.

Питання, що стосуються інноваційних політтехнологій розглядалися в роботах Т. Куна, С. Лема, Д. Норта, Е. Тоффлера, Ф. Вебстера, Ф. фон Хайєка та інших авторів. Окремі аспекти використання інноваційних політтехнологій при створенні бренду, іміджу чи формуванні електоральних настроїв розглядали К. Вітман, Л. Кормич, Д. Яковлев та інші вітчизняні науковці.

Однак, багатоаспектність теми потребує подальших досліджень.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дане дослідження виконане в рамках теми науково-дослідної роботи Національного університету «Одеська юридична академія» «Стратегія інтеграційного розвитку України: правовий і культурний вимір» на 2016-2020 рр. (державний реєстраційний номер 0116U001842).

Об'єктом даного дисертаційного дослідження є інноваційні політичні технології та їх роль в сучасному політичному процесі.

Предмет дисертаційного дослідження - специфіка, моделі та форми інноваційних технологій в сучасній політичній практиці України.

Мета дослідження - визначити особливості використання інноваційних політичних технологій в Україні, виявити розвиваючий потенціал їх впровадження в українську політику і обґрунтувати необхідність застосування політичних інновацій, враховуючи передовий зарубіжний досвід.

Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення таких **завдань**:

- Проаналізувати категоріальний апарат і характеристики інноваційних політтехнологій;
- Розглянути основні напрямки сучасних наукових досліджень політичних технологій;
- Визначити основні технології створення політичного іміджу;
- Виявити найбільш значимі технології прийняття політичних рішень;
- Проаналізувати інноваційні технології, що застосовуються у виборчому процесі;
- Проаналізувати можливості мережі Інтернет як потужного засобу розвитку інформаційного суспільства;
- Проаналізувати інтерактивні форми політичної комунікації;
- Визначити особливості феномена віртуальних форм суспільної самоорганізації;
- Проаналізувати можливості інноваційних технологій у функціонуванні інститутів державної влади;
- Визначити сутність інноваційних технологій у взаємодії влади і громадянського суспільства;
- Проаналізувати блогосферу України як форму політичної комунікації.

Методи дослідження. Міждисциплінарна природа предмета дисертаційного дослідження потребувала використання структурно-функціонального і конкретно-історичного підходів, а також порівняльного і системного аналізу. Порівняння інноваційних моделей різних держав потребувало залучення компаративістського методу, зокрема представленого в дослідженнях сучасних представників компаративістики Дж. С. Мілля, Д. Пелассі. Важливим науковим підходом до вивчення явища політичних технологія в даній дисертації є неоінституціоналізм, який показує соціальні процеси через формальні та неформальні правила і обмеження, що регулюють будь-яку людську діяльність. Неоінституціональний підхід до вивчення сучасних політичних технологій спирається на теоретичні розвідки

Д. Норта і Е. Острома. Для аналізу взаємодії важливих інститутів в державі (влади, бізнесу, науки) застосовувалась теорія міжсекторної взаємодії.

У дисертації широко використано порівняльний метод для аналізу специфіки формулювання і втілення інноваційних проєктів в різних державах.

Історичний метод дозволив відстежити в ретроспективі передумови для залучення інноваційних проєктів в політиці.

Системно-аналітичний метод дозволив на більш глибокому рівні вивчити взаємозв'язок і взаємовплив елементів інноваційної політики.

Методи моделювання та прогнозування застосовувались при формулюванні висновків та пропозицій.

Поряд з теоретичними методами дослідження були використані і практичні, серед них: експертні оцінки, контент аналіз засобів масової інформації, аналіз соціологічних і політологічних досліджень.

Аналіз широкої джерельної бази за допомогою всього комплексу загальнонаукових та спеціальнонаукових методів дозволив дійти висновків, які і обумовили наукову новизну проведеного дослідження.

Наукова новизна дисертаційного дослідження визначається наступними положеннями:

Вперше:

Визначений особливий вимір політичного життя, що можна називати «мережевою політикою», яка в цілому являє собою новий спосіб політичної комунікації, забезпечує можливість отримувати найбільшу зацікавленість у широких електоральних мас та дозволяє максимально оперативно зв'язуватися з інститутами громадянського суспільства, відповідати на їхні запити і відстежувати динаміку зміни громадської думки. Разом з тим, в рамках політичної Інтернет-комунікації можна проводити інформаційні атаки, чинити політичний вплив і маніпулювати громадською думкою, тож подвійний характер впливу треба враховувати. Адже інтернет-комунікація

виступає специфічним регулятором процесу прийняття політичних рішень, що є одним із засобів переходу до демократії прямої дії;

Запропоновані варіанти протидії негативним, з позицій політичного впливу, факторам застосування інноваційних політичних технологій як: загрози і ризики кібертероризму, зниження цінності політичної інформації за рахунок «політичного спаму» і недобросовісних політичних кампаній тощо;

Сформульовані рекомендації щодо створення результативних форм здійснення політичного процесу українськими політиками і політичними елітами за допомогою мережі Інтернет;

Систематизовані фактори впливу інноваційних технологій в рамках інтернет-комунікацій на сучасну політичну активність і розвиток інформаційного суспільства. Доведено, що інноваційні технології забезпечують прямий вплив не тільки на політичне життя суспільства в цілому, але і на конкретні процеси управління державою, формування виборчих та партійних систем тощо.

Уточнено та вдосконалено:

Визначення основних властивостей і тенденцій розвитку політичної інтернет-комунікації, механізму впливу цих комунікацій на дії політичних акторів;

Характер нових форм застосування інформаційних і комунікаційних технологій на базі мережі Інтернет для розширення демократичності політичних процесів, серед яких: електронне голосування, інтернет-петиції, нові форми опитувань громадської думки;

Параметри можливостей і перспектив розширення впливу політичної інтернет-комунікації на базі різноманітних теоретичних досліджень і аналізу практичних експериментів, які проводилися в різних державах з початку нового тисячоліття;

Термінологічне розуміння ряду дефініцій, серед яких: «інноваційні політичні технології», «інтернет-політика», «кібертероризм» та інші.

Дістало подальшого розвитку:

Узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду впровадження інноваційних політичних технологій, які спираються на функціонування мережі Інтернет;

Порівняння політичної інтернет-комунікації за ступенем впливу з традиційними ЗМІ та визначення ряду значних переваг нового формату політичної комунікації;

Характеристика механізмів, за допомогою яких політичні інтернет-комунікації включаються в процес боротьби політичних еліт за електоральний вибір, за доступ до високих державних посад;

Аналіз конкретних прикладів впровадження інтернет-комунікацій в сучасну українську політику і оцінка їх ефективності.

Все це визначило **практичне значення** виконаної роботи, результати якої можуть використовуватись в науково-дослідній діяльності - для подальшого розроблення теоретичних і практичних моделей впровадження інноваційних технологій в політичну практику; в навчальному процесі – для викладання спеціальних курсів з політології; в практичній діяльності суб'єктів політики – для активізації політичної комунікації.

Дисертаційне дослідження виконане самостійно, з залученням широкої джерельної бази, яка включає 202 позиції в списку використаних джерел.

Сформульовані положення і висновки пройшли **апробацію** на 12 науково-практичних конференціях протягом 2017-2021 рр., тези яких опубліковані.

Основні положення достатньо повно представлені в 6-ти наукових статтях, виконаних одноосібно, 5 з яких вийшли у фахових виданнях України (категорія «В») і 1 у зарубіжному науковому виданні.

Структура роботи зумовлена метою і завданнями дослідження. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, поділених на 11 підрозділів; висновків, списку використаних джерел та додатку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ІННОВАЦІЙНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. Категоріальний апарат характеристики інноваційних технологій.

В даній дисертації використовується багато понять, які вимагають додаткового тлумачення, для пояснення позиції і з метою уникнути термінологічної неточності.

Варто почати з того, що у самого терміну «політичні технології» немає єдиного чіткого тлумачення. Більш того цей термін не досить чіткий не тільки в зв'язці, а й кожним своїм елементом окремо. Поняття «технологія», будучи переведено буквально з грецької, де перша частина слова означає майстерність, а друга – вчення, означатиме вчення про майстерність або науку про мистецтво¹. Але використовується цей термін як позначення прийомів і способів, які допомагають досягти бажаного результату. Але навіть цей аспект необхідно уточнити – прийоми не можуть вибиратися довільно, вони повинні бути цілеспрямовано відібрані з, вже не раз, випробуваних методів. Саме такого уточнення ми будемо дотримуватися в даній роботі.

Так само варто докладно розглянути термін «політичне», який не настільки однозначний. «Політичне» нерідко протиставляють адміністративному, як засноване на діалозі та угоді сторін. Деякі автори [119, 137] відносять до політичного всі явища, де фігурує держава і незгода з нею соціальних груп. Саме цього уточнення дотримуватимемося ми, інакше виборчий процес випаде з поля дослідження політичних технологій.

Таким чином, ми визначаємо політичні технології як цілеспрямовано структуровану суму методів і прийомів, які використовує держава і соціальні

¹ Технологія (від грец. τεχνολογία, що походить від грец. τεχνολογος; грец. τεχνη — майстерність, техніка; грец. λογος — (тут) передавати

групи з незбіжними інтересами. Виходячи з цього, можна сказати, що політичні технології - це методи боротьби за владу, а так само методи її розподілу і застосування.

Політичні технологи так само відрізняються за ступенем їх відкритості перед громадянським суспільством – політичні технології, які пов'язані з побудовою іміджу і політичною програмою – публічні, є так само латентні, що не освітлюються перед громадськістю, технології. Якщо результати перших легко прогножуються, то другі залишаються непомітними і утруднення для прогнозування.

Політичні технологи використовують силовий примус, а отже, за характером і мірою застосування сили можна розрізняти м'які і жорсткі політтехнології. Адміністративний тиск і легітимація чого-небудь на ціннісній основі – жорсткі технологи, які критикуються громадянським суспільством, тоді як до м'яких можна віднести будь-які переговори, узгодженості та діалоги, які враховують інтереси зацікавлених сторін.

На нашу думку, додаткового роз'яснення потребує термін «інновація», який характеризує не тільки сучасні зміни в політичних технологіях, але і в багатьох інших сферах суспільного життя - науці, економіці, культурі. Так як цей термін піддається сьогодні ретельному вивченню, в його тлумаченні існують деякі різночитання, які варто усунути на догоду ясності викладу. Кожен автор, який зачіпає тему інновацій, дає їй власне визначення і характеристики, які часто можуть виявитися неповними і вимагають смислового синтезу. Більш того, різноманітні тлумачення інновацій сповнені суперечливих і часто протилежних один одному позначень, які розкривають абсолютно різні аспекти змісту поняття.

Слово «інновація» етимологічно походить від англійського слова «innovation», яке буквально можна перекласти як новаторство або

нововведення [14]. В українській мові найбільш актуальним перекладом є слово «нововведення», яке якомога повно передає зміст терміну.²

В рамках інноваційного менеджменту термін «інновація» визначається як цілеспрямована система дій, яка спрямована на зміну у всіх сферах діяльності будь-якої структури, з метою адаптації цієї структури (в нашому випадку – політичних технологій) до змін зовнішнього середовища, що дозволить домогтися ефективного функціонування в довгостроковій перспективі. Так як це визначення має середню ступінь охоплення, ми наведемо його максимально широке трактування: інновація являє собою науково-технічний прогрес в рамках держав і регіонів. Вузьке визначення інновації зводиться до науково-технічному прогресу в межах конкретної організації або завданні. Очевидно, що це визначення так само є неповним, тому як передбачає більшою мірою економічну складову розвитку, що є лише однією стороною такого складного явища. При цьому так само важко створення тлумачень і класифікацій інновацій в кожній сфері людської діяльності, адже тоді б перерахування сфер було б нескінченно довгим, і просто б не виправдало витрачених сил - адже вузькоспеціалізовані визначення лише віддаляють від розуміння сутнісних характеристик, які притаманні явищу інновації в будь-якій сфері діяльності. Інновація - це явище, яке неминуче перетворює суспільство і потребує чітких правил її інституалізації та адаптації [118, с. 115-117]. Це твердження належить В. М. Сергєєву, і позиція автора з ним збігається, так як система адаптації та легітимізації інновацій змінює баланс сил в суспільстві і співвідношення інтересів, що одночасно є предметом дослідження політичних наук і інструментом політичних технологій.

Так само наведене вище визначення потребує корегування: процес інновації не завжди є результатом цілеспрямованої діяльності. Так як процес інновації поширений у всіх сферах людського життя, його поява

² лат. novatio — зміна, оновлення, англ. innovation — нововведення

підпорядковується загальним законам розвитку суспільства, а тому може бути спонтанною, підкоряючись еволюційним тенденціям. Більш того, процеси інновації можуть відбуватися і в природі. Мутації видів з метою адаптації до мінливого навколишнього середовища – по суті, є нововведенням, привнесенням нового, сама поява людини розумної, як відповіді на зміну умов - це інновація особливого роду.

Ще одне важливе питання, яке полягає в тлумаченні інновації, це поширена помилка, що процес інновації є продуктом творчості індивіда. Ця точка зору часто знаходить відображення в роботах, які побудовані на поділ громадського та індивідуального, де суспільне ототожнюється з традиційним, а індивідуальне з інноваційним. При цьому ми дотримуємося позиції, згідно з якою ідея і задум можуть бути частиною індивідуальних зусиль (хоча часто вони обумовлені загальною тенденцією дискурсу), а інновація це наслідок складних соціальних взаємодій, процес, який не має завершення і ніколи не знаходиться в статичному стані. Одна ідея породжує інші і втілюється в практичній роботі, яка є основою розвитку не тільки політтехнологій, але і всього суспільства. Виходячи з цього, ми тлумачимо інновацію як комплексний процес творчості.

Революційні ідеї, які в своїй суті покликані змінити існуючий стан справ, з'являються безперервно, однак не всі ідеї стають частиною інноваційного процесу. Суспільство, і зокрема науковий дискурс є фільтрами, які не допускають до реалізації потенційно небезпечні, недалекоглядні, комерційно не вигідні, неефективні або просто несвоєчасні ідеї. Впровадження інноваційних політичних технологій, які з успіхом були реалізовані в інших державах, не завжди можливо в рамках конкретної країни, через різний менталітет, структури економіки, суспільну свідомість і інші міри свободи громадянського суспільства. Саме процес відсіювання неефективних ідей робить інновацію результатом складної соціальної взаємодії, а не сумою індивідуальних творчих актів. Таким чином, в даному дослідженні під інновацією розуміється то нововведення, яке актуально

теперішньому часу, було сприйняте суспільством і науковим дискурсом і отримало реалізацію, яка викликала ряд позитивних і негативних політичних і соціальних наслідків, у чому автор погоджується з К. Г. Пономарьовою [107, с. 43].

Дана робота аналізує процес інноваційного розвитку політичних технологій, спираючись на чимало теоретичних положень, одне з яких належить економісту і політологу Й. Шумпетеру, якого по праву можна вважати основоположником терміну «інновація», який він ввів в науковий обіг і обґрунтував в 1912 році. Саме обґрунтування терміну «інновації» і привернуло увагу до використання робіт Й. Шумпетера. Згідно його обґрунтування інновацію слід розглядати не як засіб економічної діяльності, яка покликана підвищити конкурентоспроможність і прибутковість (при цьому прибуток може вимірюватися не тільки фінансовими величинами), а як головну силу економічного і політичного розвитку головного інноватора [139, с. 169-170]. Таким чином, можна зробити висновок, що інновації є необхідною умовою прогресу політичного процесу, а тому і вимагає більш детального розгляду.

Й. Шумпетер розглядає інновацію як будь-яку якісну, а не кількісну зміну, яка не тільки покликана ввести і використовувати принципово нові продукти, а також ринки, та й передбачає впровадження нових форм організації, що підкреслюється в роботі «Теорія економічного розвитку». Таким чином, інновації в політичних технологіях - це впровадження нових форм організації, які покликані підвищити ефективність політичних дій. Й. Шумпетер, в своїх працях говорив про новий тип підприємця - новатора, ми, згідно з цілями дослідження будемо говорити про новаторський тип політтехнолога - архітектора політичних процесів.

Також Й. Шумпетер є автором концепції «позитивної деструкції», або «творчого руйнування» [139]. В рамках цієї концепції висловлюється припущення, що впровадження інновацій в будь-яку область діяльності має величезні витрати. Інновації не відбувається в рамках поступальних реформ,

вона вимагає радикальних оновлень. Таким чином, в даному дисертаційному дослідженні термін «інновація» буде розумітися в його вузькому сенсі – як актуальне нововведення, яке підвищує конкурентоспроможність компанії і веде до більшої економічної ефективності будь-якої дії. Більш широке тлумачення цього поняття в рамках дисертаційного дослідження, може привести до деяких небажаних різночитань: на сьогоднішній день, в публіцистиці під інноваціями розуміють будь-яке нововведення, ми ж зосередимося на радикальній зміні з метою зниження витрат і підвищення ефективності.

Звуження і уточнення терміну «інновація» бере початок у 30-ті роки ХХ століття, коли стало необхідно відокремити нові ідеї від змін, які впроваджують нові товари, послуги і форми організації в мануфактурної промисловості. Після цього довгий час термін «інновація» застосовувався виключно до оновлення виробництва. Саме в цей період Й. Шумпетер запропонував п'ять стандартних змін, які відбуваються в економіці при інноваційному розвитку. Це (1) використання нової техніки, нових технологічних процесів або нового ринкового забезпечення виробництва (купівля-продаж); (2) впровадження продукції з новими властивостями; (3) використання нової сировини; (4) зміни в організації виробництва і його матеріально-технічного забезпечення і (5) поява нових ринків збуту [139]. Результатом роботи даного дослідника стало те, що з 30-х років саме інноваційні процеси та впровадження нововведень стали розглядатися як показник розвитку економічних систем, слідом за якими йде розвиток і політичної системи в капіталістичних державах. Багато висновків Й. Шумпетера були підтверджені з розвитком історичного процесу, саме тому більшість наших даного дослідження, в частині розуміння сутності інновації, спирається на дослідження Й. Шумпетера.

Серед дослідників інновацій та їх суспільного значення так само можна виділити британського економіста Дж. А. Гобсона, який слідуючи за Шумпетером, так само вважав, що за допомогою впровадження інновацій

можна відкрити нові ринки збуту, виробляти принципово нові товари за новими моделями виготовлення [25]. Виробництво, яке ґрунтується на інноваційному підході, автор називав сферою «прогресуючої промисловості» [26].

Дуже схожі ідеї розвивав і досить авторитетний теоретик менеджменту П. Ф. Друкер, вважаючи, що інновація – це «суперзірка» підприємницької діяльності [44], а будь-яке нововведення в сфері економіки — це відмінний інструмент підприємця, механізм, за допомогою якого економічно розвинена людина може створити новий вид підприємницької діяльності та відкрити новий ринок товарів і послуг [43].

Варто підкреслити, що інновація в цьому дослідженні автором тлумачиться як конкретне рішення, технологія або техніка, яка дозволяє найбільш ефективним чином вирішувати проблеми що виникають, може бути комерціалізована і не відкидається суспільством. Таким чином, не тільки нові надміцні матеріали є інновацією, але і бізнес стратегії, які застосовуються не тільки в купівлі-продажу, але і в політичних технологіях, комп'ютерні технології, які допомагають розширити сферу впливу політичного актора і автоматизують процес збору даних, а також закони і юридичні норми.

Ще одним принципово важливим для дисертаційного дослідження терміном є «модель інноваційного розвитку» (далі МІР). Суть даної моделі розвитку полягає в інтенсивному, а не екстенсивному розвитку, впровадженні якісно нових технологій і наукових знань не тільки в сфері економічного господарювання, але в сфері політичного життя соціуму. Очевидно, що при такому підході роль грає не ресурсна база, яка потрібна для сталого функціонування вже сформованих соціальних механізмів, і на яку спирається господарювання, а наука, науковий дискурс і весь інститут освіти в цілому [107]. Такий підхід найбільш близький автору дисертації, так як, на наше глибоке переконання, жодна масштабна інноваційна зміна,

неможлива у сфері виключно економіки – вона неминуче буде впроваджена в усі сфери життя людини: політику, культуру, освіту, науку і т. п.

Інституційний підхід стосовно до інноваційного розвитку висуває ряд обов'язкових критеріїв, серед яких можна виділити одночасне, ефективне і взаємообумовлене існування трьох основних інститутів:

1. Науки, як основного фундаменту для появи інноваційних ідей. При цьому наука не є повністю однорідним утворенням, всередині неї складаються наукові школи і наукові дисципліни, на базі яких формуються наукові парадигми і епістемі, які висувають свої власні тлумачення виникаючих проблем і пропонують різне бачення процесів розвитку.

2. Другий з трьох основних інститутів – це біржі і банки, які є інноваційними інститутами. На біржах і банках лежить завдання регулювання економічних процесів і фінансових операцій, так само вони виконують розподільну функцію. Біржі та банки розподіляють фінансові капітали завдяки принципам, які виходять за межі побутових безпосередніх потреб.

3. Третім обов'язковим інститутом є парламент або схожий за функціями законодавчий орган. Очевидно, що парламент виконує законотворчу функцію. Саме парламент встановлює непорушні правила гри, дій політичних кампаній, широту можливостей впровадження інноваційних методик. Парламент так само є гнучким інститутом, що знаходяться в процесі інновації, коли виникають проблеми, які не можна вирішити стандартними техніками, створюються нові норми і закони, які покликані збільшити ефективність у вирішенні питань, які виникають. Так само парламент інституалізує порядок відносин між різними групами в суспільстві – як окремими людьми, так і великими, впливовими організаціями. Будь-який закон можна трактувати як інновацію, якщо він демонструє економічну ефективність [98].

Для того, щоб МІР могла бути реалізована, необхідно виконання ще одного правила: розподілу влади між трьома зазначеними інститутами.

Функції, які покладені на інститути, повинні виконуватися ними самостійно без впливу інших учасників взаємодії. Інакше можлива ситуація придушення інтересів одного з інститутів, що руйнує процес гармонійної взаємодії і унеможлиблює процес впровадження інноваційної моделі розвитку. Баланс між інститутами досягається шляхом публічного і відкритого діалогу. У науці між собою конкурують різні наукові школи, в банках і біржах існує конкуренція фінансових інтересів, ресурси розподіляються в суспільстві так само на конкурентній основі. У парламенті за просування певних законопроектів конкурують різні партії, що дозволяє досягти раціонального, незалежного від тиску, прийняття рішень. Всі три інститути так само знаходяться в конкурентній боротьбі один з одним. Головне, щоб в кожному з інститутів був відсутній центр прийняття рішень. Сенса децентралізації полягає в збереженні балансу сил. В умовах, коли ефективного розподілу влади не відбувається, не дотримується принцип конкурентності. А такий стан в кінцевому підсумку перекриває можливості реалізації інноваційної політики.

Причини слабого розподілу влади в багатьох державах криються в нерозумінні того, яким чином участь зацікавлених груп може налагодити інноваційний процес, що підкреслює і політолог І. М. Милосердна: «Незважаючи на ширше визнання принципів участі зацікавлених груп, не існує єдиних принципів організації процесу їх залучення до діяльності різних інститутів, а також детального аналізу існуючої практики громадської участі, що у свою чергу робить процес ухвалення рішень в цілому менш прозорим. Одна з проблем – нерівномірне і недостатнє розуміння державними інститутами і чиновниками необхідності участі громадськості і різних методів організації такої участі – з цієї причини вони не можуть скористатися існуючими можливостями формування цього процесу» [89, с.40].

Зустрічається також і думка, що деяке зайве концентрування на цінностях інформаційної цивілізації може привести до нівелювання в громадській думці цінностей матеріально-технічного виробництва. Так,

дослідниця Кормич Л.І пише: «...політично ідеологізована риторика щодо «інформаційного суспільства», «суспільства знань» та «економіки знань» не повинна використовуватись для обґрунтування відмови від традиційного виробництва, орієнтованого на регіональні і національні ринки, що призводить до занепаду національної матеріально-технічної та інфраструктурної бази» [64, с. 186]. В цілому, така позиція має під собою підставу: на технологічному і економічному рівні Україна і країни, подібні до неї, не готові відмовитися від традиційних способів виробництва, які є ключовими секторами економіки, а тому ставити на чільне місце інформаційного порядку денного питання інноваційних систем комунікації не завжди коректно.

Існує поширена думка серед дослідників, таких як, наприклад, Ф. Хайєк [132], що суспільства, в основі яких лежить принцип конкурентної боротьби, успішніше за інших не тільки в розвитку економіки, але і в розвитку громадянського суспільства і політичних інститутів. Справа в тому, що економічна конкуренція, з якої починається будь-яка конкурентна боротьба, допомагає розкривати різноманітні факти, які мають величезне значення для політичного життя суспільства, але можуть бути відкриті лише емпіричним шляхом.

Сукупність усіх реалізованих в конкретній країні інноваційних моделей розвитку (як політичних, так наукових і економічних) можна називати національної інноваційної системою. У національну інноваційну систему входять всі ті фактори, які характеризують ступінь впровадження інновацій в суспільстві, всі нові стратегії, плани, інститути, розробки, рішення. Система освіти, середа підприємницької діяльності, культура і політичне життя є частиною інноваційного розвитку держави.

Для того щоб зрозуміти, як саме діють інститути інновацій політтехнологій, варто дати визначення термінам «інститут» і «організація». Дослідник Д. Норт інноваційні інститути визначає як «правила гри», а організації – як «гравців». Так, наприклад, інноваційні моделі шкільної

освіти (як організації) задаються інститутом науки в цілому, система політичних рішень і політичних технологій конкретного виборчого штабу задається інноваційними методами в законодавстві, маркетингу, менеджменті. Таким чином, інноваційний інститут задає правила гри, які є формальними законами, соціальними нормами, культурними традиціями. Це обмежувачі інноваційної дії, за межі яких інновація вийти не може. Якщо нова стратегія політичної дії виходить за рамки культурних обмежень, вона не може бути реалізована в суспільстві, яким не може бути сприйнятою [99, с. 17].

Д. Норт в рамках своїх досліджень приходить до висновку, що сума всіх інститутів створює інституційну систему, основна функція якої – визначати вектор інноваційного розвитку. При цьому всі інститути будуть розвиватися в одному напрямку, згідно закладеним в них стимулам [99, с. 103]. Очевидно, що взаємини між інститутами інноваційного розвитку весь час змінюються і не перебувають в зафіксованому стані, тому і співвідношення сил в національній інноваційній системі не є статичним. Відносини між законами, традиціями та соціальними нормами досить хиткі, тому що, на відміну від закону, традиції і соціальні норми відповідають на культурні потреби, які мають нестабільну природу.

Якщо інноваційний інститут політичної діяльності (парламент) задає правила гри, то конкретні організації (партії, кампанії, штаби, кабінет міністрів) координують взаємини між конкретними людьми, які об'єднані спільними інтересами або цілями. Організації можуть підтримувати правила гри, але можуть і впливати на їх зміни [99, с. 20]. Так само на політичні інститути можуть впливати не політичні організації – економічні, начебто корпорацій і вдалі стартапи, освітні, зокрема університети і дослідницькі лабораторії, і багато інших, в числі яких і громадянське суспільство.

В даній дисертації ми дотримуємося положення Д. Норта, що інститути інноваційного розвитку задають закони і норми функціонування національної інноваційної системи, організації ж – це конкретні учасники

інноваційних процесів. Тому варта ознака факту існування інноваційних центрів – це інститути інноваційного розвитку, в яких зосереджені основні стимули інновації.

Таким чином, держава повинна підтримувати і охоплювати законами всі системи інновацій, а не тільки інноваційного розвитку політичних технологій і виробництва. У деяких державах (Фінляндія, Сінгапур), існують цілі наукові парки, які включають в себе систему інститутів, які охоплюють всі сфери інноваційної діяльності включаючи політичну. Для того щоб персоналізувати поняття такого наукового парку або інноваційного центру, вважаємо розумним привести визначення Міжнародної асоціації наукових парків, згідно з яким: «це керована вузькими професіоналами структура, основна мета яких полягає в тому, щоб збільшувати добробут суспільства через просування культури інновацій і конкурентоспроможності асоційованих компаній і заснованих на знаннях інститутів. Для досягнення цієї мети науковий парк стимулює і організує потік знань і технологій між університетами, науково-дослідними інститутами, компаніями і ринками; сприяє створенню і зростанню інноваційних компаній через процеси інкубування і передачі технологій і бізнес досвіду та надає додаткові послуги поряд з приміщенням і обладнанням високої якості». [195, с. 2]. Виходячи з цілей нашого дослідження варто ще раз уточнити, що інноваційний центр - це не конкретний учасник розробки інновації, а вся сума правил, які контролюють інноваційний процес і зв'язок різних суб'єктів всередині нього. «Отже, слід відмовитися від наукового (або «ньютонівського») підходу до політики. Цей підхід був заснований на чотирьох основних принципах: порядок; спрощення, у результаті чого поведінку системи в цілому можна представляти у вигляді годинного механізму, який незалежний від несподіванок; передбачуваність; детермінізм» [6, с. 61]. Впровадження інновації рішуче змінює стан речей.

1.2. Напрями сучасних наукових досліджень політичних технологій.

Даний підрозділ вимагає розгляду і поглиблення в термінологію, а також розгляду теоритических підходів, до інноваційних політичних технологій, на яких базується дослідження. Так само необхідно розглянути стадії розвитку політичних технологій (домодерністські, модерністка і постмодерністка), так як оцінка і вибір методики дослідження багато в чому залежить від історичної відповідності.

Варто наголосити, що в даному дослідженні будь-яка політична технологія сприймається як акт комунікації і оцінюється з точки зору її інноваційності, відмінності від попередніх версій.

Сучасні політичні спільноти знаходяться в стадії активного розвитку, що пов'язано з декількома причинами. В першу чергу актуалізувалося питання нейтралізації інформаційних викликів, так само зберігається необхідність зміцнення політичного контролю і соціального порядку, які є сусідами з бажанням залишатися в полі демократичного політичного ладу, що робить питання вивчення політичних технологій і їх розвитку вкрай актуальним. У даній роботі пропонується розглянути політичні технології та сучасні способи їх вивчення і категоризації, згідно останнім досягненням політичної науки.

В першу чергу, сучасний погляд на політичні технології вимагає уточнення самого поняття «політичні технології», що пов'язано з проникненням інформаційних технологій в політичне життя суспільства. Так, сучасний погляд на сутність політичних технологій пропонується дослідниками Є.Б. Малкіним і Є.Б. Сучковим, які тлумачать їх як «способи втілення в життя різних політичних проектів в найширшому сенсі їхнього розуміння» [82, с. 23]. А.Ю. Горчева розширює це визначення, додаючи, що, під політтехнологіями розуміється «сукупність процедур, прийомів, способів, механізмів для досягнення цілей конкретного суб'єкта політики – лідера, партії або якоїсь політичної групи» [27, с. 9]. Однак, не дивлячись на

сучасність обох визначень, вони не враховують роль інформації, яка стає головною ланкою політичних дій.

Дослідник Б. Макнер тлумачить політичну комунікацію як процес обміну інформаційними повідомленнями між політичними акторами і суспільством, яке є споживачем політтехнологій. Поширення в суспільстві інформації про політичних акторів Б. Макнер так само включає в систему політичної комунікації [176, с. 4]. Дослідник Н.Ф. Пономарьов розглядає політичну комунікацію як процес поліпшення відносин між політичним суб'єктом, організацією або партією зі значущими для її роботи (осовою якої є досягнення влади) суб'єктами, організаціями або групами організацій [107, с. 8].

Наведені вище визначення показують (і автор розділяє подібний підхід), що політична комунікація є однією з різновидів соціальної комунікації, а, отже, як і соціальна комунікація має обопільно спрямований вектор дії. Будь-який комунікативний акт такої комунікації повинен містити мінімум чотири базових елемента: інформаційне повідомлення, яке передається; суб'єкта, який передає повідомлення; адресата повідомлення, який його приймає; каналу зв'язку, по якому транслюється інформаційне повідомлення.

З цього зрозуміло, що всі учасники політичної комунікації можуть бути умовно розділені на дві групи. До першої групи входять політичні партії, політичні організації, політичні кандидати, органи законодавчої і виконавчої влади. До другої групи належать виборці, як споживачі політичної інформації, спонсори політичних акцій і ЗМІ, які повинні виконувати функцію незалежного огляду політичних дій. Ми в своєму дослідженні саме таким чином поділяємо цивільне населення: на тих, хто володіє пасивним виборчим правом, і тих, хто володіє активним виборчим правом.

Електорат, тобто виборці, в більшості випадків будучи споживачами політичної інформації і тими, на яких спрямовані політичні технології, зацікавлені в тому, що ціна політичної інформації знижувалася. Справа в тому, що в переважній більшості випадків виборці недостатньо глибоко і

широко обізнані у політичних подіях, і незацікавленість в самостійному пошуку політичної інформації. Є.Г. Кармінес називав такий стан виборців «раціональним політичним невіглаством» [55, с. 254] і вказував, що цей стан характерний для всіх демократичних держав. Ресурси, які повинен затратити виборець, для того щоб отримати об'ємну і задовольняючу його потребам інформацію, значно перевищують ту потенційну користь, яку він може отримати від того, що його електоральні дії будуть зважені і обдумані. Саме тому виборцям так важливо, щоб ціна, яку вони платять за політичну інформацію, знижувалася. В цілому існує три групи витрат на отримання інформації: до першої групи належить відбір, збір і трансляція повідомлень, до другої групи відноситься фактичний розгляд і аналіз отриманих даних, до третьої групи належить розбір отриманих даних, співвіднесення їх з певними цілями або ідеологічними поглядами. До третьої групи витрат за власним бажанням приступають лише індивіди з високим освітнім і культурним рівнем.

Індивід раціональний у виборі політичної інформації обирає найкоротший шлях. Витрати, які виражаються в витраченому часі і зусиллях, які необхідні для збору і перевірки політичної інформації, він буде намагатися скоротити. Виражається це в тому, що політичну інформацію він буде вибирати відповідну до своїх уподобань, а не з позиції об'єктивності, отримувати він буде її по зручним і звичним для нього каналам, а форма подачі інформації повинна бути зручною і тою, що легко сприймається [158, с. 260-274].

Через те, що політична інформація має високу ціну, індивід, погано поінформований про політичну ситуацію і в цілому не цікавиться політикою, буде шукати явні «підказки» для підвищення впевненості в правильності свого вибору, а так само для зниження загальних витрат. Як вважає дослідник І.Л. Недяк, серед таких явних «підказок» виступає приналежність виборця до певної соціальної групи, загальна партійна самоідентифікація,

раціональний підхід і висока значимість бренду політичної партії [97, с. 161-163].

Саме тому в даному дослідженні повністю підтримується думка Д. В. Яковлєва про те, що політичні технології можна оцінювати тільки по результату – політичному вибору, який дослідник визначає так: «Загалом політичний вибір інтерпретується як інтелектуальна модель прийняття рішень в умовах нестабільності, кризи, перехідного періоду. Ситуація вибору розуміється як пошук і визначення оптимального варіанту з-поміж наявних альтернатив, тобто далеких від ідеалу, а натомість реалістичних кроків політичних акторів та інституцій. Політичний вибір складається з певної послідовності кроків: «усвідомлення проблемної ситуації – формулювання альтернатив – вибір однієї з них – впровадження політичного рішення»» [140, с. 194]. Однак, ми вважаємо, що при зниженні цінності інформації за рахунок її розширення, політичний вибір стає все більш складним процесом, як для політичного актора, так і для активного виборця.

Політична система будь-якої держави, має політичну комунікацією як свою головну системну функцію в сучасному демократичному світі. При цьому, як зауважує Г. Алмонд, у політичній системі є всього три групи системних функцій [2, с. 81-83].

До першої групи системних функцій відноситься розробка загального політичного спрямування або курсу. До цієї групи функцій відноситься обговорювання політичних інтересів, об'єднання цих інтересів в одну мету, розвиток варіантів втілення курсу в практику, враховуючи політичні угоди і компроміси. До другої групи функцій відносяться функції, спрямовані на втілення політичного курсу в життя. Серед цих функцій: корекція поведінки, розподіл ресурсів, благ і послуг серед різних груп населення, отримання ресурсів. Всі інші політичні функції, які не пов'язані з формуванням і втілення політичного курсу, варто відносити до системних функцій, які в глобальному вигляді визначають життєздатність політичної системи в її актуальному вигляді. По суті, системні функції роблять

політичний процес можливим і практично здійсненим, до них відноситься і політична комунікація, і політична соціалізація, і залучення виборців в політичний процес.

В рамках процесу політичної соціалізації індивід засвоює норми політичної культури, які поширені в суспільстві. До цих норм відносяться політичні ідеали, стереотипи, патерни поведінки, образи нормативної влади, і то, як дане політичне співтовариство оцінює політичні дії. Однак сьогодні процес політичної соціалізації набуває більш різноманітні обриси, про які пише і Е. В. Мамонтова: «...розробки у сфері соціальної комунікативістики показали, що сьогодні і соціальний досвід, і соціальне знання формуються двома складовими: безпосередньою взаємодією акторів та сприйняттям подій і явищ, що опосередковано вводяться в обіг повідомленнями засобів масової комунікації. Таким чином, у процесі масової комунікації відтворюється не тільки тлумачення фактів, але й конструювання соціальної реальності за допомогою символів. Саме тому дослідницький арсенал соціодраматургії та політичної комунікативістики не втрачає актуальності у новітніх дослідженнях символу як детермінанти політичного розвитку через творення безмежних мереж соціальних комунікацій як основи політичного порядку у постсучасному суспільстві» [84, с.128]. Таким чином, навіть символічні асоціації стають частиною політичної соціалізації і впливають на політичний вибір виборця зокрема, і на його участь у громадському житті в цілому.

Ми вважаємо, що включення індивідів в політичну діяльність може поширюватися не тільки на виборців, але і на систему політичного рекрутування, яка полягає у відборі людей для подальшої політичної кар'єри. В цьому відношенні політична комунікація, служить каналом, по якому проходить інформаційний трафік, дозволяючи суспільству і політичним акторам обмінюватися інформацією, тільки таким чином утворюється політична система.

Будь-яка комунікаційна діяльність політичного актора основною своєю метою має формування певного позитивного іміджу і негативного іміджу

своїх прямих конкурентів. Керівники держави за допомогою політичної комунікації формують ставлення виборців до історичних подій, економічних проблем, національної ідеї, і за допомогою цього впливають на поведінку виборців. Фізичні і вербальні дії політичних акторів спрямовані на активізацію серед виборців певних, вигідних для акторів, патернів поведінки [106, с.13].

Планування комунікаційних актів включає в себе політичні технології. Політичні актори змушені заздалегідь планувати всі акти комунікації, тому як без заздалегідь встановлених параметрів успішності, комунікація може привести до небажаних наслідків.

У процесі створення політичного повідомлення доступний широкий діапазон змістовного тлумачення. Тобто сучасний погляд на політичні технології має на увазі, що політичні технології – це спосіб побудови політичного повідомлення. Після визначення мети комунікації політичні актори приступають до формування змісту повідомлення, яке повинно описувати конкретну ситуацію. Теоретично всі повідомлення сприймаються адресатом як об'єктивний опис, на практиці ж повідомлення має варіативність тлумачення. Політолог Н.Ф. Пономарьов зауважує, що, незважаючи на обмеженість творчих можливостей політичного актора в побудові повідомлення (його обмежує загальний з адресатом соціокультурний простір, поза яким взаєморозуміння і комунікація неможливі), і в забороні на висловлювання, брехня в яких очевидна, конструювати висловлювання, в вигідному для політичного актора світлі, можливо. Це досягається завдяки тому, що ніякі повідомлення не можуть містити повної інформації про всі події і всіх індивідів в рамках конкретної ситуації [106, с. 45].

Політичні технології мають певні області застосувань. Дослідники Є. Б. Малкін і Є.Б. Сучков виділяють три таких області: формування партії, втілення політичних проєктів, виборчі кампанії [82, с. 22]. Всі ці області пов'язані з комунікацією.

Формування партій – це процес їх створення, розвитку та збереження. В основі формування будь-якої партії лежить система поглядів або ідеологія, структура і політична активність, яка здійснюється за допомогою політтехнологій.

Ідеологія партії співвідноситься зі стереотипами масової свідомості, і тому спонукає соціально активних громадян приєднуватися до діяльності партії і надавати їй допомогу в процесі виборчої кампанії. Партійні учасники не рівні за своїми обов'язками, функціях і ступені причетності до роботи партії. Так, М. Дюверже серед учасників партії розрізняв керівників, активістів і прихильників [45, с. 160].

Діяльність політичної партії пов'язана з реалізацією політичного проекту, який, хоч і не має прямого відношення до політики, все ж при цьому дає ряд істотних переваг політичному актору. Сучасна політична практика, заснована на комунікативному підході, має ряд політичних проектів, які мають найбільшу полярність: формування фланкуючих організацій, проведення референдумів, благодійні заходи. Благодійні заходи служать для підвищення рівня довіри до партії. Референдум – це форма прямого голосування, в процесі якого з'ясовується ставлення виборців до пропозиції партії. На сьогоднішній день найбільша кількість референдумів проводиться в Швейцарії, кожен третій референдум в світі випадає саме на цю державу. Наприклад, в травні 2014 року було винесено 4 питання на розгляд, серед яких питання про підвищення мінімальної оплати праці. Власне кажучи, основним показником діяльності політичних інститутів є матеріалізація їх принципів, як точно помічає політолог Н. М. Єфтені: «Показником політичної культури є матеріалізація в політичних інститутах ефективних принципів їх діяльності: ефективного та раціонального політичного управління суспільством, соціальної орієнтованості політики, свободи і відповідальності всіх громадян, демократії, гласності, плюралізму та ін. Через конкретно-історичну організацію політичних інститутів виражаються панівні в політичній культурі організаційні стандарти і уявлення про те, як і

хто повинен здійснювати політичну владу, як і ким приймаються політичні рішення, якими способами вони реалізуються, як вирішуються політичні конфлікти, який реальний механізм підбору і просування кадрів в інститутах влади, яка роль опозиції в політичному процесі» [49, с.272].

Виборчі кампанії в більшій мірі, ніж формування партій і реалізація політичних проектів підштовхують дослідження до вивчення комунікаційних аспектів сучасної політики. Суть політичної кампанії зводиться до обміну інформацією між її учасниками. Всі політичні актори (партії і їх лідери), повідомляють електорату про своє ставлення різних проблем суспільства і політичного життя. Виборці в ході кампанії збирають всю значиму для них інформацію, яка допомагає зробити їм вірний, з їх точки зору, вибір [145, 1996]. В кінцевому підсумку сучасні дослідники сходяться на думці, що виборча кампанія тотожна інформаційної кампанії, і щороку ця точка зору тільки зміцнюється в політологічних роботах. Так, наприклад, Дж. Заллер звернув увагу на те, що виборчі кампанії слід розглядати як зіткнення інформаційних потоків, які формуються в результаті конкуренції між політичними акторами [202], а політолог Т. Холбрук і зовсім відносить виборчу кампанію до унікального типу інформаційної кампанії [165]. Такі категоричні твердження демонструють, що з плином часу дослідники все більше схиляються до важливості інформації і аналізує виключно інформаційний вплив політичних технологій. В рамках ситуації поширення мережі Інтернет, інформаційний аспект дослідження політтехнологій стає найбільш актуальним.

Такі тенденції в дослідженні політичних технологій з'явилися ще в 60-х роках минулого століття, коли Ф. Конверс ввів розрізнення двох понять: «масив акумульованої інформації» та «надходження актуальної інформації» [202]. Сучасники так само розрізняють масив інформації, який було отримано до початку проведення кампанії, та інформацію, яка була отримана в ході реалізації політичної кампанії [170]. Те, яким чином політична інформація засвоюється виборцями, залежить від того, наскільки

конкретний індивід був обізнаний про політичну ситуацію до початку виборчої кампанії. Електорат ділиться на сегменти, але проникнення політичної інформації в ці сегменти нерівномірно, що створює між ними розрив. Такі дослідники як, наприклад, Ф. Тіченор помічають, що при посилення потоку інформації, який потрапляє в середу електорату, захоплення швидкості освоєння політичної інформації відбувається тільки у того прошарку населення, який володіє високим соціальним чи економічним статусом, не останню роль відіграє і рівень освіти. Індивідам з низьким соціальним статусом і освітою, навпаки, в більшому обсязі інформації важче стає виділити і засвоїти релевантні для них відомості. Тому зростання обсягів інформації (який можливий багато в чому завдяки ЗМІ та Інтернету), не скорочує розрив між різними секторами електорату, а збільшує його, створюючи дисбаланс у виборчій системі [194, с. 169]. Цей процес можна пояснити природою політичної інформації і особливостями процесу виборчої кампанії. Справа в тому, що інформація, яка дається виборцям в ході короткої виборчої кампанії, перевантажена економічними термінами і складна для сприйняття невідповідною людиною. Ця інформація не знаходить застосування в повсякденному житті. Тому для індивідів без відповідної освіти ця інформація не володіє здоровим глуздом і не може бути засвоєна. Ще в 70-і роки Ф. Тіченор прирівнював політичну інформацію до новин науки, на підставі того, що ці типи інформації збільшують соціальний розрив [194, с. 160].

Однак багато сучасних дослідників політтехнологій і політичної комунікації не згодні з положеннями робіт Ф. Тіченора. Так, Т. Холбрук, розглянувши кілька десятків виборчих кампаній, прийшов до висновку, що інформаційний розрив не обов'язково збільшується, особливо при проведенні різноманітних опитувань і дебатів між кандидатами - завдяки подібним заходам розрив може зменшуватися [165, с. 437].

Деякі автори, серед яких Р. Надо, вказують на те, що виборча кампанія і інформаційний розрив знаходяться один з одним в нелінійних відносинах,

інформаційний розрив, залежить від потужності інформаційного потоку, який транслюються через ЗМІ. Р. Надо вважає, що саме в процесі активного висвітлення виборчої кампанії і безліч проблем, що стоять перед державною владою, розглядається докладно інформаційний розрив незначний, тому як ту чи іншу інформацію про проблеми суспільства отримують виборці з усіх соціальних верств. Можна доповнити: коли інтенсивність виборчої кампанії знижується, і медіапростір не тиражує безліч інформації, навіть уважним виборцям стає важко вивудити необхідні відомості. Саме в цей період інформаційний розрив збільшується досить сильно [179, с. 232].

Розглядаючи інтенсивність інформаційних потоків і мережу комунікаційних зв'язків, сучасні політологи історію політтехнологій розділили на три періоди: домодерністський, модерністський і постмодерністський [181, с. 138-149].

Домодерністська стадія політтехнологій характеризувалася тим, що всі дії мали найкоротшу перспективу, планів на десятки років не будувалося. Форма комунікації була прямою і міжособистісною, а її рівень локальним. Між політичним актором і соціумом перебували ЗМІ, яких було небагато, і всі вони були заангажованими тим чи іншим кандидатом. Електоральна база формувалося за рахунок політичної лояльності. В цілому виборчий процес будувався таким чином: місцева партія, вибирала кандидатів зі своїх членів, їх активісти виконували роботу по організації роботи всієї політичної системи: особисто спілкувалися з виборцями, роздавали листівки, друкували плакати, розподіляли ресурси і визначали цільову аудиторію. Розробка такої компанії була локальною. А специфіка залежала від конкретної спільноти. Основними політичними технологіями домодерністського періоду були прямі агітації, збори партійних діячів і мітинги.

Модерністська стадія розвитку політичних технологій вже передбачає, що політичні рішення приймаються не в місцевих організаціях, а лідерами, які звертаються за розробкою стратегії до професійних політконсультантів. Дискусії стають доступні всьому електорату завдяки тому, що проводяться

на телебаченні і в цілому інформованість населення зростає, отже, розростаються комунікаційні мережі. Політичні актори ретельно планують свою діяльність і активність, щоб домогтися максимально вигідного часу віщання на центральних каналах, а виборці перетворюються з членів політичного життя в спостерігачів, перед якими розгортається політична гонка.

У демократичних державах одною з ознак переходу до модерністської системі політики вважається поява докладних вечірніх новин, в яких аналізувалися економічні і політичні рішення різних акторів. Такі політологи, як Д. Свенсон і П. Манчіні вказують, що тотальне поширення телебачення, як політичної технології призвело до персоналізації політики і висунуло на передній план лідерів [193, с. 272]. Так, виборці концентрують свою увагу не на програмі партії, а на харизмі лідера і симпатії до нього. Дослідження цієї проблематики показало, що такий підхід виборців характерний не тільки для президентських, а й для парламентських виборів. Справа в тому, що репрезентація політичного лідера в газетах - це ім'я на папері, телебачення ж об'єктивізувало лідерів, дало можливість спостерігати за їхньою мовою і діями. Логічно, що в процесі телевізійного буму, найбільшу симпатію виборців мали лідери, які невимушено почували себе перед камерами.

Професійні політтехнологи знадобилися партіям саме в цей момент, коли створення іміджу лідера, грамотного маркетингу, реклами та зв'язків з громадськістю стали виходить за професійні можливості членів партії.

Сучасні політичні технології перебувають на постмодерністській стадії. Ця стадія характеризується тим, що групи політтехнологів і консультантів за своїм впливом на хід політичного процесу зрівнялися з самими політиками, а так само тим, що їх вплив на політичне середовище все більш збільшується. Так само помітні зміни в телевізійних ефірах - національні телеканали і ЗМІ, все більше поступаються конкурентну боротьбу за роль посередників між політичними партіями і суспільством, розрізненим інформаційним каналам.

Створення та поширення мережі Інтернет вплинуло на цей процес колосальним чином, поведінка виборців стала менш передбачуваною, так як не вибудовується уздовж традиційних ліній політичних уподобань. Інформаційний Бум, який покликаний був наблизити хід кампанії до електорату, в результаті віддалив політиків від своїх виборців і змусив їх перейняти деякі технології домодерністської стадії - все те, що веде до інтерактивних відносин між політичним актором і суспільством.

Новинне середовище стало дуже складним, мінливим, фрагментованим, воно не контролюється єдиними центрами, слабо підпорядковано цензурі завдяки анонімності в Мережі Інтернет, а тому на сьогоднішній день політичні партії намагаються відновити контроль над інформаційним середовищем. Для цього доводиться використовувати інноваційні політичні інструменти – віртуальні зустрічі, створення онлайн-майданчиків, для партійних кандидатів, Медіаменеджмент намагається наблизити політиків до виборців.

Багато політологів описують сучасні зміни політичних технологій в контексті маркетингових стратегій, покликаних збільшити частку електорату [181, с. 1-7].

Політичний маркетинг функціонує не за рахунок пропозиції вже існуючих продуктів, а за рахунок пропозиції задоволення політичних потреб. Маркетингова політика сучасності штовхає політичних діячів дослідити бажання и потреби виборців, чому сприяють соціальні опитування, формування фокус-груп, и тільки на підставі результатів дослідження будувати стратегії просування.

Таким чином, інноваційні політичні технології будуються на способах трансляції політичних ідей виборцям, задоволенні їхніх потреб, за рахунок чого можна заручитися електоральною підтримкою [148, с. 55]. Сучасна політична ситуація більше не дозволяє політикам продавати самих себе для отримання вигоди, а заснована на задоволенні потреб виборців. Сучасні політичні технології маркетингу - це постійне дослідження ситуації для

створення и висунення конкурентної пропозиції. Політичний актор може задовольнити свої цілі и отримати голоси виборців тільки в обмін на задоволення цілей виборців [202, с. 173].

Однак, останні дослідження підкреслюють, що такі стратегії політичного маркетингу, хоч и отримують широкий дослідницький інтерес і висувуються теоретичної політологією, на практиці реалізується не так масштабно. П. Норріс зауважує, що проведені маркетингові дослідження не часто використовують для створення стратегії просування партії. [186, с. 148-149].

Справа в тому, що існує певна суперечність між маркетингової і постмодерністської інтерпретацією політичних технологій сучасності. Маркетинг виносить на перший план економічний і соціальний розвиток, який визначає комунікацію серед виборців і політичних акторів і приділяє особливе становище Інтернету, як найважливішого середовища політичної комунікації. Постмодерна інтерпретація ж передбачає, що політичні діячі не є пасивними об'єктами, які залежні від технологічних і економічних трансформацій, а є реально активними суб'єктами, зосередженими на спробах зберегти і розширити свій вплив в складному комунікативному середовищі.

При цьому важливо відзначити, що не дивлячись на глибокий екскурс в історію політичних технологій, опис тієї чи іншої технології, яка застосовується в конкретному соціумі, нічого не говорить про рівень її якості. За словами українського дослідника О.В. Шевчука, все детерміновано середовищем: «З огляду на це, перелік політичних технологій не може набувати закінченого вигляду, а самі технології, їх кількість і якісна характеристика визначаються рівнем розвитку самого суспільства» [138, с.12].

Сучасні політичні технології досліджуються з позиції двох концепцій – інноваційної та комунікаційної. Тобто, кожна політична технологія класифікується за ступенем її інноваційності та за типом політичного

контакту з суспільством. Очевидно, що ми оцінюємо політичні технології в даному дослідженні з точки зору їх інноваційності.

Постмодерністські політичні технології сконцентровані на повернення до оргмасових інструментів. Оргмасові інструменти вимагають вкладення величезної кількості ресурсів і є вкрай трудомісткі в рамках реалізації. На сьогоднішній день вони не можуть бути втілені без найпотужнішою командою агітаторів, яка повинна мати можливість обробити всіх виборців конкретного округу. Такі політичні технології обрані сучасною політикою саме завдяки результатам досліджень, які продемонстрували, що оргмасові інструменти впливу володіють більшою ефективністю ніж агітаційно-пропагандистські.

І саме такі технології забезпечують процес вдосконалення публічного управління та підвищення його ефективності, на базі впровадження концептуальних засад New Public Management та Networked Government.

Висновки до I розділу

В даному розділі уточнено і дано більш поглиблене тлумачення таких термінів: «політичні технології», «інновація», «модель інноваційного розвитку», «інноваційний інститут». Багато в чому це стало необхідним для окреслення методологічного підходу до політичних технологій, якого дотримується авторка.

Аналіз взаємодії між політичним актором і електоральної масою на рівні дослідження змісту, функцій і впливу інформаційного повідомлення міститься в комунікативному підході, який багато в чому складає основу дисертаційного дослідження.

Виявлене, що сучасні політичні технології, які знаходяться на стадії постмодернізму, спираються на великі масові акції, які багато в чому переносяться в мережу Інтернет. Відповідно, технології маніпулювання свідомістю виборця на раціональних і емоційних передумовах все ще є ключовими. Можна зауважити, що в сучасних політичних технологіях

створення "політичного міфу" носить більш складний характер, за рахунок застосування величезної кількості інноваційних засобів комунікації.

Варто визнати, що незважаючи на теоретичні розробки інноваційних політичних технологій, які базуються на досягненнях сучасної політичної науки і практики, вони ще недостатньою мірою здатні бути сприйняті суспільством, а тому не завжди мають широку реалізацію.

РОЗДІЛ 2

МОДЕЛІ ТА ФОРМИ ІННОВАЦІЙНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ПРОЦЕСІ

2.1. Технологія створення політичного іміджу.

Говорячи про технології створення політичного іміджу, в першу чергу варто підкреслити, що політичний імідж – це не стільки те, що являє собою той чи інший політичний актор, а скоріше складна система відображення його образу через засоби масової інформації, що формує певний образ у виборця. Тобто, технологія побудови політичного іміджу в найширшому сенсі представляє складну систему зв'язків з громадськістю. Інформація є в цій системі найважливішою одиницею виміру. В рамках дослідження технологій політичного іміджу, як і всіх інших, важливо простежити генезис: від становлення до сучасного стану, що дозволяє визначити основні тенденції розвитку.

Звичайно, технології політичного іміджу не є винаходом сучасності, про що яскраво свідчить «Володар» Н. Макіавеллі, де описуються деякі технології, а праця ця належить до епохи Відродження. Для радянських апаратних діячів пропаганда так само створювала умовні медійні образи, які транслиювалися ЗМІ. Однак з часу здобуття незалежності українська державність вперше зіткнулася з необхідністю створення іміджу політичного лідера, який би ефективно функціонував в умовах демократичного виборчого права. До того ж в цей історичний період, в незалежній Україні назрівало безліч проблем. Так, на думку О. І. Брусилівської, «Реальну загрозу безпеці становили такі внутрішні виклики, як зростання націоналізму, що свідомо підігрівався й використовувався популістськими лідерами в боротьбі за владу; непевний стан національних меншин та початок їхньої боротьби за рівні права; побоювання щодо перегляду повоєнних кордонів та ін.» [6, с.

19]. І на тлі такої ситуації необхідні були нові технології формування принципово нового політичного іміджу кандидатів.

Р. Прайс, американський політичний іміджмейкер, який керував виборною президентською кампанією Р. Ніксона, вказував що: «... виборець реагує на імідж, а не на людину. Не має значення, що є, а має те, що проектується, І не стільки те, що проектується, скільки те, як виборець сприймає інформацію. Тому ми націлені міняти не людину, а вироблене їй враження» [36, с.567]. Тобто, основою формування іміджу є не підстроювання дій і речей політика під очікування електорату, а швидше поступова трансформація поглядів електорату на дії політика.

Важливим в розумінні методології та теорії політичного іміджу є той факт, що передумови наукового дослідження формування іміджу склалися тільки в середині ХХ століття в західній політичній думці, і в цей період склалося інституційне закріплення даного явища в різних європейських і американських державах [46, с.496].

Сам термін «імідж», пройшов історію становлення: спочатку цей термін застосовувався тільки до комерційних продуктів і використовувався в рекламній сфері, сенс терміну був досить вузький. У більш широкий лексикон термін «імідж» увійшов тільки к 60-м рокам, у зв'язку з розширенням журналістики в сторону дослідження сценічних образів представників популярної культури: музикантів, акторів, шоуменів. Тобто, коли поширився сам феномен популярної культури заснованої на шоу, термін «імідж» став активно використовуватися в пресі [117].

Так, при дослідженні історії політичної іміджелогії І.М. Милосердною зазначається, що «численні приклади формування іміджу політика свідчать, що його якості особистості повинні бути однозначні, чітко визначені, яскраво виражені і досить постійні. Неодноразово робилися спроби виявити набір рис, якими обов'язково повинен володіти лідер в очах співгромадян. Перш за все, більшість дослідників відзначає, що лідер країни повинен позиціонуватися, як особа активна. Будь-яке різке падіння в популярності,

ймовірно, є наслідком бездіяльності політичного діяча перед лицем подій» [89, с.126].

Американський соціолог Д. Бурстин в своїй книзі «Імідж. Путівник по псевдоподіями в Америці» [153] дає визначення свого терміну «псевдоподії» і детально викладає технології маніпулювання масовою свідомістю для створення позитивного іміджу політичного лідера. При цьому сам політичний імідж Д. Бурстин тлумачить як комерційний продукт, який може бути проданий з максимально можливим прибутком. Через десятиліття після написання своєї основної роботи Д. Бурстин відзначав, що значення політичного іміджу кандидата зростає, і іміджелогія виявляється все більш затребуваною: «Наша національна політика - швидше боротьба за імідж і між іміджами, відбувається змагання ідей» [153]. Таке формулювання здається нам більш ніж повним, так як передвиборні кампанії сучасності представляють собою змагання політичних іміджів, а зовсім не змагання політичних програм. Тобто, привабливість в очах виборців формується не обов'язково системою дій, а тим, як ці дії позиціонуються.

Для західної літератури однієї з найважливіших робіт з дослідження політичного іміджу є монографія С. Івен «Всепоглинаючий імідж: політика стилю в сучасній культурі» [159]. С. Івен запропонував ідею, згідно з якою основа сучасного політичного життя - це реклама, а не активна політична діяльність. У зв'язку з цією гіпотезою дослідник висунув підходи, за допомогою яких необхідно диференціювати колективний політичний імідж і індивідуальний політичний стиль.

Англійський дослідник П. Берд так само зробив істотний внесок в розвиток досліджень політичного іміджу. У своїй роботі «Продай себе. Тактика вдосконалення вашого іміджу», він висуває протилежну С. Івен ідею, згідно з якою основа політичного іміджу, це не реклама і не позиціонування, а дії політика [150]. П. Берд так само стверджує, що імідж – це «повна картинка вас, яку ви представляєте іншим. Вона включає те, як ви виглядаєте, кажете, одягаєтеся, дієте; ваші вміння, вашу поставу, позу і мову

тіла; ваші аксесуари, ваше оточення і компанію, яку ви підтримуєте» [150, с.1-2]. Це положення формулює основне завдання політичного іміджу - пріоритет реалізації поставленої мети (позитивний імідж політичного кандидата), шляхом впливу різними інструментами і технологіями на цільову аудиторію.

В даний момент основною теоретичною базою для реалізації кампанії по формуванню політичного іміджу політичного кандидата є комплексне дослідження англійського політолога Е. Самсона, який стверджує наступне: «ваш особистий імідж є картинкою вас. У вас не може не бути іміджу! Хочете ви цього чи ні, інші бачать те, що ви самі обрали для показу їм ... Розглядайте свій імідж як рекламу. Картинка зовні рекламує те, що є всередині. Але це також і обіцянка. Обіцянка того, що зовнішній імідж надасть вміння, компетентність і цінності, які він рекламує» [190]. Для нашого дослідження в положенні Е. Самсона недостатньо даних, тому як автор акцентує свою увагу на позитивному прояві політичного іміджу, пов'язуючи його з рекламою, тоді як в дійсності імідж може бути не тільки позитивним, але і негативним. Більш того, якщо імідж політичного кандидата носить негативні риси в сприйнятті електорату, то мета передвиборної кампанії не тільки не буде досягнута, такий імідж являє перешкоду для досягнення політичних цілей. Тому скористаємося ширшим визначенням іміджу, що належить Р. Бентону, який пише, що імідж – це «набір певних якостей, які люди асоціюють з певною індивідуальністю» [148, с.56].

Таким чином, імідж як інструмент політичної боротьби і ефективного проведення виборчої кампанії швидко поширився не тільки в західних державах, а й на території колишніх соціалістичних держав, в тому числі і в Україні. Це призвело до актуалізації даної проблематики в численних дисертаціях та інших академічних роботах.

Г. Почепцов, український дослідник політичного іміджу і проблем політичної реклами, вважає, що чітке визначення політичного іміджу в принципі існувати не може: «імідж – це гнучке поняття, а будь-які

визначення – жорсткі структури. З'єднання жорстких і м'яких структур неможливо, а м'яке визначення безглуздо» [108, с.39]. При цьому, ми дотримуємося думки, що все ж політичний імідж як явище може бути визначений, хоча б по перерахуванню його основних властивостей, зі виноскою на можливу мінливість його структури.

Імідж – це сукупність природних якостей, сформованих або скоригованих індивідом, що викликають певну реакцію оточуючих. При цьому, ми впевнені, що сучасна політика здебільшого побудована таким чином, що реальні особисті якості політика можуть заважати досягненню поставлених цілей, а тому доповнюються штучним чином.

Проміжна складова взаємодії «політичний діяч – послідовники» – це політичний імідж. Автор статті «ЗМІ як основний елемент актуалізації політичного іміджу» Нвалд Мелконян вважає, що при взаємодії через ЗМІ «відбувається заміна реальної особистості на її образ – образ керівника, вождя, диктатора або ворога. Іншими словами, громадянин стикається не з самою подією, а з її висвітленням в засобах масової інформації. Одиницею цього символічного світу є імідж, образ політичного діяча» [88]. Інтернет в свою чергу, є механізмом формування іміджу.

Імідж проектується в свідомість цільових груп через публікації в ЗМІ, через тематичні статті в Інтернеті, і в кінцевому підсумку імідж – це завжди сприйняття суб'єкта з мас-медіа [24, с. 28].

Мережа Інтернет, як найбільш демократичний майданчик, дає багато інноваційних можливостей. Так, політики в сучасному світі, зобов'язані вести діяльність в соціальних мережах. Інтернет використовується для політичного рекрутингу, основою якого знову ж є соціальні мережі – гігантські майданчики для демонстрації і трансляції інформації. Розширення інструментарію дозволяє формувати політичний імідж набагато ефективніше, ніж це було раніше. При цьому в сучасних умовах не тільки автори інформації, але і її читачі за допомогою коментарів є учасниками побудови іміджу політичного кандидата або партії.

Так, дослідник Г.В. Плеханов підкреслює важливість сильних особистостей у формуванні політичного іміджу: особистості, які завдяки особливостям свого характеру можуть впливати на долю суспільства. Іноді вплив буває навіть значним, але як сама можливість подібного впливу, так і розміри його визначаються організацією суспільства, співвідношенням його сил. Характер особистості є «фактором» суспільного розвитку лише там, лише тоді і лише остільки, коли і оскільки їй дозволяють це суспільні відносини» [цит. по 73, 114].

Для того, щоб сформувати політичний імідж, незалежно від оцінки, яку він отримає, для іміджмейкера пріоритетними є наступні складові:

- Високий рівень проникнення в образ сильного лідера;
- Облік сприйняття аудиторією стилю поведінки кандидата: яким чином сприймається його поведінка, мова, зовнішність;
- Рівень ініціативності політичного кандидата: наскільки він сам честолюбний і націлений на перспективу. З цього виводиться модифікація задумів і поведінки [89, с. 124]

Нівелювання значення мережі Інтернет і відсутність просування на мільйонних майданчиках (Facebook, LiveJournal, Twitter, YouTube та ін.) не просто позбавляє додаткової підтримки, але і закріплює негативний імідж «сноба».

Величезна частина українського населення постійно залучена в трансляцію і генерацію Інтернет інформації (далі: контент). Уже в 2012 році українська аудиторія соціальних мереж перевищила аудиторію великих каналів: «1 + 1», «Інтер», «СТБ» [147]. Тому сьогодні телеканали паралельно ведуть трансляцію і в мережевому форматі, долучаючись до інновацій.

Саме в цей період в українському політичному житті розгорталася одна з перших кампаній, на якій полярність представлених іміджів виявилася дуже наочною для аналізу практики створення іміджу. У парламентській кампанії брало участь кілька поляризованих партій, загальний імідж яких варто проаналізувати.

Основне позиціонування об'єднаної опозиції "Батьківщина" направлено на «припинення політичних репресій і звільнення лідерів опозиційних партій через викриття маніпуляцій провладної політики». Основною базою іміджу є забезпечення європейських стандартів свобод і прав громадян, повернення країни на демократичний шлях розвитку [72].

В рамках побудови іміджу активно використовувався міф "героїзація-демонізація". В процесі позиціонування кампанії як протестної, імідж опозиційного лідера Юлії Тимошенко замикається на образі героїчної мучениці, з явними аналогіями до образів святих. Акція "Україна проти Януковича", яка активно просувалася в агітації, є прикладом використання технологій протестного позиціонування: масштабний збір підписів для того, щоб створити базу для імпічменту, що працювало як функціональна активізація підтримки населенням опозиційних утворень. Одночасно з цим активно використовувалися технології демонізації образу глави "Партії Регіонів" для того, щоб найбільш сильно поляризувати суспільство на передвиборному етапі.

Артикуляція партії Віталія Кличка "УДАР" (Український Демократичний Альянс за Реформи) була заснована на виділенні свого іміджу за ознаками опозиційності. Для актуалізації свого іміджу, як протестного і лояльного до опозиційних сил, була зроблена акція передачі голосів, яка полягає в тому, що частина мажоритарних кандидатів відмовляються від участі у виборах для просування регіональних представників інших опозиційних об'єднань [72]. Таке рішення в позиціонуванні іміджу можна було вважати вдалим, в рамках слабого структурного просування партії.

Програмні гасла партії "УДАР" спиралися на формування відносин держави і громадянського суспільства на рівних підставах. Наприклад, серед головного позиціонування кампанії - боротьба з корупцією, ідея побудови країни рівних можливостей, децентралізація влади через розширення прав місцевого самоврядування, досягнення європейських стандартів життя [72].

Нова, на період 2012 року, партія Наталії Королевської «Україна - вперед!» репрезентувала себе як команда нового покоління політиків, які раніше не були при владі, а тому ніяк не асоційовані з корупцією і можуть побудувати інноваційну державу з опорою на високі технології. Це відомий політичній науці імідж «молодих технократів». В основі інструментальної реалізації стратегії «політичних новаторів» – відомий іміджевий прийом «перенесення», коли використовуються імена знаменитих діячів культури, науки, спорту та бізнесу, які повинні відтягнути на себе частину електоральної уваги. Партійна артикуляція розкривала ідею «економічного дива», заснованого на програмі економічного розвитку «Нова економіка - нова країна», з численними відсилання на економічні буми далекосхідних країн.

Передвиборна програма партії «ВО Свобода» мала яскраво виражений ідеологічний характер. Найбільш часто ідеологічні просування можливі з опорою на традиції, цінності та національний менталітет. Так було і в цьому випадку. Позиціонування партії в електоральному просторі відбувалося на базі ідеї націоналістичної держави, з соціальною орієнтацією. У 2012 році, імідж цієї партії ґрунтувався на максимальному віддаленні в системі «влада-опозиція». Найбільш яскраво імідж партії підкреслювався в бажанні диференціюватися від радянських вождів, автократії та олігархії [72].

Риторика КПУ в 2012 році, ніяк не відрізнялася від іміджу всіх комуністичних партій пострадянського простору. Одночасно пропонується зосередити увагу на сильну владу держави і соціальних благах. Сьогодні виходячи зі звіту передвиборчої програми, КПУ можна було відносити до категорії партій з вираженою ідеологією. Партія позиціонувала себе через «Звернення до історичних уроків». Цікавим результатом виборів 2012 року, стало те, що не дивлячись на очевидну неспроможність комунізму, ностальгія і все більше віддалення від радянського минулого, дозволяло зберегти не тільки усталеного виборця, а й залучити нових: молодих людей, які не пам'ятають радянської влади.

В системі позиціонування «влада-опозиція» КПУ намагалася позиціонувати себе в ролі «третьої сили», диференціація якої відбувається через кілька категорій: через спроби позначити «антинародний характер правлячого в Україні режиму» і попередження «небезпеки буржуазного націоналізму і антикомунізму» [72].

При цьому варто відзначити, що в 2012 році тільки усталені, традиційні партії намагалися будувати свій імідж через категорії «ліві», «праві», «ліберали», «консерватори», нові ж партії, поява яких почалася ще в 2004 році, а до 2012 року їх стало більше, ретельно уникають традиційних «ярликів». Вплив ліберально-демократичної парадигми на процес партійного будівництва визначає і сучасні тенденції позиціонування партії, і сьогодні, в 2021 році, ми бачимо, що ця тенденція збереглася і закріпилася.

Цей практичний аналіз іміджу політичних партій і кандидатів, демонструє основні технології побудови іміджу.

Для молодого покоління, саме в просторі Інтернету формується політичний порядок денний. Величезна кількість урядових організацій мають свої сайти в мережі Інтернет [81, 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, політичний імідж все важче зберігати. Необережні висловлювання, можуть перетворитися в Інтернет «мем» і максимально швидко поширитися в мережі, багато в чому через саму специфіку феномена Інтернету, який погано піддається правовому регулюванню. Загладити цю інформацію буде складно.

З плином часу поняття соціальних мереж стало з успіхом застосовуватися не тільки по відношенню до людей, які представляють соціальні групи, а до будь-яких акторів, які можуть ступати в соціальні відносини: організації, комерційні структури, соціальні інститути.

На якісному рівні розуміння соціальна мережа - це структура, яка складається з багатьох суб'єктів, які вступають в найрізноманітніші соціальні відносини, і формують складну сукупність соціальних зв'язків.

На перший погляд, формула для побудови політичного іміджу в соціальних мережах досить проста і включає в себе маніпуляцію інформацією і постійне відстежування реакції на цей вплив.

Так, наприклад, Олександр Малькевич зазначає, що просування в соціальних мережах призвело до створення нової спеціалізації:

- spindoktor, завданням якого стає зміна сприйняття події. З точки зору імеджмейкерів, подібні дії необхідні у випадках, коли події починають виходити з-під контролю або коли перша особа робить будь-які помилкові дії. Дослідники виділяють п'ять типів роботи spindoktor:

- ✓ пре-спин: підготовка перед подією;
- ✓ пост-спин: наведення блиску після події, що відбулася;
- ✓ торнадо-спін: терміновий переклад в іншу область інтересу аудиторії;
- ✓ контроль кризи, менеджмент подій, що виходять з-під контролю;
- ✓ зменшення втрат: робота з подіями, які перебувають поза контролем для запобігання виникнення подальшої шкоди [83, с. 30].

Такі методи мають досить давню історію використання, проте в сучасності спеціалізація цієї сфери стає глибше. Для того, щоб задіяти ресурси Інтернету, не потрібно володіти величезними фінансовими засобами, будь-яка організація або діяч мають до його можливостям вільний доступ, для того щоб розмістити контент будь-якої спрямованості, в тому числі і різних альтернативних поглядів на події, що відбуваються або на вкорінені факти: на історію, на політичне життя. Таким чином, можна видозмінювати погляд користувача мережі на ті, чи інші події. В рамках нової термінології Мережі, такий метод впливу носить назву «астротерфінг», що можна трактувати як використання складного і дорогого програмного забезпечення

для того щоб заглушити потенційно небезпечні або небажані думки, і замінити їх на ті, які потрібні замовнику (в нашому випадку політичного актору) [129]. Переоцінювати подібні стратегії не варто. Критично налаштовані користувачі, своїми діями у відповідь коментарями цілком можуть зруйнувати задум автора.

Таким чином, мережа Інтернет, зокрема соціальні мережі стали майданчиком не тільки для активного і успішного формування політичного іміджу прямими і тіньовими шляхами - на просторах Інтернету відбуваються суперечки і дискусії, присвячені історичній правді, де категоричність і радикальність завжди знаходять групи прихильників на відміну від компромісу. Саме тому при такому інноваційному способі формування політичного іміджу як соціальні мережі, політичні кандидати вибирають шлях радикальних тверджень. Багато в чому це пов'язано з середнім віком користувачів - молода аудиторія краще сприймає кардинальні, незаперечні твердження, тоді як спроба знайти «золоту середину» і обгрунтовано розглянути думки різних сторін нашоухується на перепони.

В кінцевому підсумку формування політичного іміджу засноване на старих маніпулятивних інструментах добре відомих і описаних в психології, соціальної психології, мовознавстві, політології і т.д. на нових технологічних комунікативних майданчиках. А вони, в свою чергу, диктують свої правила і вимагають особливих професійних знань. Відповідно, до формування іміджу необхідний підхід, який, в тому числі використовує методи технічного прогресу, якими володіють сьогодні фахівці з SMM- просуванню, оптимізації сайту і кризового менеджменту. Сьогодні політики, урядовці мають свої сторінки на різних інтернет-платформах, організують чат-консультації, намагаючись наближатись до конструктивного діалогу.

Нові майданчики просування політичного іміджу збільшили масштаб дублювання інформації, що в кінцевому підсумку призводить до масованого наступу на свідомість окремого індивіда. Об'єктивно оцінювати політичні події в таких реаліях досить важко.

2.2. Технологія прийняття політичних рішень.

Зв'язок між технологією прийняття політичних рішень і інноваційною політикою досить неочевидний, тому ми вдамося до пояснення. Справа в тому, що створення сприятливого економічного, соціального і правового клімату сприяє розвитку і функціонуванню громадянського суспільства. Громадянське суспільство передбачає вплив на політичні еліти, і артикулює реальні інтереси населення. Вплив громадянського суспільства може торкнутися і прийняття політичних рішень - технологія їх реалізації стане більш публічною, обмеженою громадянами і несумісною з політичною монополією. Такі зміни в суспільстві можуть бути реалізовані завдяки впровадженню інноваційної політики, яка є важливим елементом сучасних вимог розвитку в умовах глобалізації, яка дозволяє переймати успішний і ефективний досвід інших держав. При цьому, не дивлячись на прагнення до інноваційного прориву в політичному житті України, діяльність нашої влади ґрунтується на старі інерційні механізми. Факт тіньових процесів ухвалення рішень є одним з гальмуючих, інноваційний розвиток, процесів.

В цілому інноваційний розвиток - це фактично революційний процес. Якщо він внесений в рамки державної політики, то зачіпає всі сфери суспільного життя, змінює навколишній світ, будучи частиною світової трансформації суспільств. Інновації в політичному житті - це потенційний інструмент, завдяки якому можливо поступове позбавлення від рудиментарних елементів політичної системи, яка гальмує її розвиток і сприяє зростанню недовіри населення до тих політичних процесів, що відбуваються. Таким чином, ми опираємося на ідеї що для того, щоб технологія прийняття політичних рішень змінилася, процес прийняття рішень став публічним, включив в себе врахування потреб цивільного населення, необхідна повна модернізація соціополітичної системи через інноваційний підхід, який дозволяє об'єднувати зусилля політичної еліти та громадянського суспільства [11, с.199].

Рішення означеної проблеми ми бачимо в сфері постійного моніторингу стану інноваційного розвитку національної політичної системи та економіки: створення системи політичної статистичної звітності в рамках інноваційної роботи, які повинні бути адаптовані до вимог Європейського Союзу. Необхідне впровадження державного аналізу, який розраховував би ефективність державної підтримки інноваційної роботи. Так само дуже важлива частина інноваційної політичної стратегії це адаптація зарубіжного інноваційного підходу: дуже позитивні результати демонструє міжнародне співробітництво в сфері науково-технічного підходу до реалізації інноваційної політики. У рамки такої співпраці можна віднести стажування українських фахівців, з метою вивчення зарубіжного досвіду інновацій; підвищення кваліфікації службовців, зайнятих в управлінні, через сучасні методики освіти, без сильного відриву від основного місця роботи - онлайн-лекції та тренінги. Дослідження і аналіз внутрішнього ринку країни і міжнародного ринку з метою виявлення економічних ніш, які можна заповнити, використовуючи інноваційну політику. Аналіз ринків може продемонструвати пріоритетні для розвитку напрямку, які будуть спонсоруватися державою. Вся ця робота повинна проводитися в узгодженості з актами міжнародного права.

Належне впровадження зазначених механізмів стимуляції інноваційної діяльності має сприяти багаторазовому підвищенню ступені ефективності інноваційної роботи, а також поліпшенню взаємодії між центральною законодавчою владою і місцевими органами виконавчої влади [11, с.200]. Так само даний підхід може підвищити рівень наукової обґрунтованості необхідності інноваційних рішень, як і прийняття політичних рішень, може включити в свій процес наукове обґрунтування, що, безумовно, позитивно позначиться на проведенні як внутрішньої, так і міжнародної політики. М. Я. Мостова так само вказує на наступні критерії ефективності: «створення умов для широкого доступу громадськості до обговорення питань, пов'язаних з формуванням і реалізацією державної інноваційної політики; поширення

інформації про розвиток інноваційної діяльності; підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки» [92].

Дуже важливою представляється задача підвищення загального рівня науки про політику: багато українських вчених наполягають на необхідності створення нових наукових напрямів, в яких би концентрувався науковий досвід, і осмислення практичного застосування аналітичних, політологічних, соціологічних, принципів і методів дослідження політики та суспільства [124]. В цілому такі завдання, пов'язані з моделюванням можливих конфліктів, аналізом способу виходу з них, дослідження включеності населення в прийняття політичних рішень, відводиться політичній аналітиці. Практичне застосування політичної аналітики, не як допоміжного, а як одного з найважливіших методів прийняття політичних рішень, може супроводжувати будь-які дії державної влади та забезпечувати їх інформаційне забезпечення. Так само політична аналітика повинна виноситися з тіньової сфери в публічну, для висвітлення проблем в ухваленні політичних рішень.

Для сучасного дослідника політичних технологій досить складним є процес аналізу та адекватного тлумачення зарубіжних досліджень, їх адекватне і доречне використання. При цьому мова йде не тільки про теоретичні напрацювання, а й про прикладні технології, які мають практичне застосування - адаптація зарубіжних досліджень, можливості дифузії інновацій, які пов'язані зі складними взаєминами між виконавчою владою і законодавчими органами влади, дослідження взаємодії влади і засобів масової інформації та Інтернету, вивчення складних взаємин між різними партіями, дослідження конкуруючих груп інтересів і процесів лобіювання - все це допомагає досліднику зрозуміти причину прийняття того, а не іншого політичного рішення. Тобто, без контексту політичне рішення може тлумачитись невірно [116]. Важливо і те, що для того щоб прийняти політичне рішення, необхідно володіти політичною владою, а політична влада - це можливість приймати рішення.

В академічному світі існує два основних підходи до тлумачення ролі політичних рішень в системі політичного управління, а також у масштабі державної політики. Назвемо ці підходи «вузький» і «широкий».

Згідно широкого розуміння політичного рішення фахівцями в галузі управління державою [191, 189, 182], політичне рішення - це не одиничний акт, обмежений в часі, по суті, політичне рішення - це тривалий політичний процес, з безліччю складних змінних. Тобто, з позиції «широкого» розуміння суть управління державою (або будь-яким іншим утворенням) складається в організації процесу таким чином, щоб він дозволяв досягати конкретних цілей, досягається це за допомогою прийняття оптимальних рішень.

В рамках же «вузького підходу» до політичного рішення, [145, 173], воно є всього лише функцією публічної політики або ж короткочасної фазою управлінського процесу, такої ж, як збір даних і їх аналітика. Так, наприклад, М. Хілл пише: «Політичне керівництво може іноді бути ідентифіковано в термінах рішення, але дуже часто публічна політика включає в себе цілі групи рішень або ж те, що виглядає дещо ширше, ніж просте їх проектування. Публічно-державна політика розвивається швидше навіть в рамках фази, що позначається як фаза реалізації рішень, ніж на стадії їх вироблення та прийняття всередині політико-управлінського процесу» [163, р. 7].

Виходячи з цього, автор пропонує звертати увагу не тільки на те, що було заявлено політичним актором, а на те, що було реально виконано. Хоча звичайно звертати увагу на політичну програму, яка була заявлена теж потрібно. З іншого боку, в політичній програмі ніколи не буде заявлено непопулярне політичне рішення, яке політичному актору доведеться прийняти, при невдалому збігу обставин.

Для того, щоб прийняти нестандартне, хоч наразі і непопулярне серед населення рішення, можна використовувати різні аналітичні методики, які не тільки дозволять повніше зрозуміти цілі, але і визначити можливі критерії успіху і реальність довгострокової перспективи. Непопулярне рішення, в

такому випадку, може привести до позитивних результатів, і на цьому потрібно зосередитися при його оприлюдненні. Різноманітні аналітичні методики, за рахунок того що дозволяють спрогнозувати як наслідки рішення, так і визначать супутні проблеми в процесі реалізації рішення, допомагають спростити механізм політичного управління та організації за рахунок «передбачення» проблем, і пошук рішення цих проблем ще до того як вони стали актуальними. Також аналіз перед прийняттям рішення дозволяє виключити слабкі альтернативи, прорахувати їх довгострокову перспективу. Хоча, як показує практика, часто незважаючи на потенційну користь для держави, політики, які змушені приймати непопулярні рішення, втрачають довіру в очах своїх виборців.

Прийняття політичного рішення – це складний процес перетворення взаємозалежних і взаємообумовлених фактів в дію, від всіх інших рішень воно відрізняється масштабом наслідків. При цьому, дослідник технології прийняття політичних рішень О. О. Дегтярьов зазначає: «Хоча державні рішення і зачіпають інтереси багатьох людей, сама сфера їх підготовки і прийняття стала особливою «політичною кухнею», куди крім професіоналів, які готують страви з ним одним відомим рецептами для недосвідченого публіки, запрошувати зайвих зазвичай не прийнято» [35, с. 5]. Таким чином, на даному етапі розвитку державності і демократії в країнах транзитного переходу, громадська думка вкрай слабо впливає на політичне рішення.

Для більш повного аналізу технології прийняття політичних рішень необхідно звернутися до тлумачення основних термінів. Головне поняття зв'язки – це «прийняття рішення». До розуміння цього процесу існує два основних підходи. Перший підхід має на увазі кінцевий етап вибору з декількох альтернатив. Другий підхід розглядає прийняття рішення як тривалий процес – по суті, людське життя складається з ланцюжка прийняття рішень і їх низка ніколи не закінчується. Всі етапи реалізації рішення і є його прийняття [67]. Ми пропонуємо розрізняти поняття «прийняття рішень» та «процес прийняття рішень». Перше – це акт, друге – тривалий проект. Це

розділення необхідне для того, щоб розуміти стадійність процесу і позначати його заключну частину.

Політичні рішення, безумовно відрізняються від звичайних рішень, і працюють на базі інших технологій. Так ще в ХІХ столітті Вудро Вільсон написав класичну статтю «Дослідження адміністрування» [199], з часів якої в політичних науках постулюється необхідність розділення двох сфер: управлінської і політичної. Управлінська система складається з бюрократичного апарату і адміністрування, політичну сферу наповнюють політичні лідери. Це абсолютно різні області, яких розділяє феномен політичної влади. Ф. Фукуяма зазначає, що «для виявлення відмінностей між управлінням і політикою є важливим не змішувати відносини, що лежать в їх основі: політичні владні відносини і управлінські відносини» [131, с. 56].

Дослідник О. О. Дегтярьов, осмислюючи технологію прийняття політичних рішень, оцінює обидва підходи, як нормативний, так і поведінковий, доповнюючи їх і описуючи як нормативно-прескриптивний і дескриптивно-експлікативний, вважаючи, що база цих підходів протилежна – абсолютно різні способи конструювання реальності. Прескриптивний підхід заснований на конструюванні нормативних моделей, тоді як дескриптивний підхід орієнтований на побудову моделей реальних практик, що мають емпіричну підставу. Так само останній підхід спрямований на розкриття глибинних мотивів дій всіх акторів [29, с. 159-160].

Якщо виходити з цієї позиції, то політико-управлінський процес прийняття політичного рішення неминуче проходить через такі стадії: усвідомлення потреби політичного рішення, формулювання основної проблеми, просування рішення, аналіз його наслідків і можливих конфліктів [33, с. 229].

Не дивлячись на політичний лад, політична еліта обов'язково спирається на правила. Навіть при режимі диктатури необхідні якісь писані або умовні кодекси правил, для того щоб реалізовувати прийняті декрети. А ті правила, якими керуються держави при прийнятті рішень, визначають найважливіші

політичні ресурси: чи буде політичний курс визначатися обраними законодавцями в парламенті, партійною бюрократією або верхівкою військових [11, с. 198].

Так само слід зазначити, що проблематика прийняття політичних рішень може розглядатися через призму елітного позиціонування, що відбилося в багатьох роботах по дослідженню проблеми. Наприклад, Р. Даль, розглядаючи хід прийняття політичних рішень, задає питання: яким колом осіб приймається рішення? Хто впливає на ініціювання політичного рішення? Кому належить право остаточного підтвердження? Від відповідей на ці питання залежить рівень демократизації суспільства.

Справа в тому, що через процес прийняття політичних рішень може відбуватися нав'язування політичної волі населенню без його згоди. Сторони, які беруть участь в процесі прийняття рішень, можуть стояти на протилежних позиціях, і ступінь уваги політичного лідера до опозиційної групи – це ступінь демократії [77, с.38].

Дуже важливий аспект в розумінні суті політичного рішення – це те, що після кожного рішення приходить відповідальність за його наслідки. Прийняття відповідальності є важливою властивістю демократичного режиму. Якщо людина не приймає відповідальності, то виникає почуття само відчуження, з якого людина рятується втечею в соціальну ідентифікацію при неприйнятті відповідальності. Якщо вона успішна, то виникає самоідентифікація. Якщо ж соціальна ідентифікація неуспішна, вона породжує соціальне відчуження, з якого є два виходи: знов текти або змінити свій соціальний статус або свої особистісні цінності. Якщо ж людина з самого початку приймає відповідальність, то через тотожність самотрансцендентії і творчу соціальну ідентифікацію вона приходить до справжньої єдності із самим собою і з іншими.

У демократичних державах процес прийняття рішень можливий через взаємодію різних об'єктивних і суб'єктивних факторів. Р. Даль вважає, що не дивлячись на те, що населення не приймає прямої участі в прийнятті

політичних рішень, їм дається право делегування своєї влади через виборного регіонального представника – депутата, губернатора, сенатора і т.п. Тобто, процес передачі влади відбувається по прямій колії – населення самостійно вибирає представника своїх інтересів.

При цьому деякі дослідники, вважають такий підхід занадто ідеалізованим. Наприклад, американський дослідник Р. Міллс вважає, що в США (як і у всіх інших демократичних державах), насправді рішення приймають виключно політичні еліти, тоді як населення від цього права повністю відсторонено. При цьому, Р. Міллс вказує, що теоретично особи, які приймають рішення, діють, виходячи з ідеї загального блага, а не особистої користі, при цьому політичні еліти в змозі об'єктивно оцінювати можливості реалізації прийнятих рішень державою [цит. по 123, с. 214-215].

Ми ж вважаємо, що процес прийняття політичних рішень в США і багатьох країн Західної Європи - це щось більше ніж юридичний норматив, це втілення якоїсь філософії лібералізму, який розуміється як вся сума соціальних і політичних інститутів, норм і правил щодо прийняття політичних рішень, які повинні реалізовувати основні завдання та цілі політики конкретної держави. Тому, не дивлячись на відчуття відсторонення населення від можливості участі в процесі прийняття політичного рішення, політична еліта не може обійти конституційні норми, ігнорувати великі групи інтересів, а також особливості легітимації прийнятого рішення в Конгресі [116].

Так, колишній і вельми активно критикований президент США Дж. Буш-молодший, писав у своїх мемуарах, в розділі «Ключові рішення», що в процесі своєї політичної кар'єри він став демонстратором того, як приймаються складні, непопулярні політичні рішення, тому що ті рішення, які доходять до столу президента, дуже складні і мають сильну аргументацією з обох сторін. Яке б рішення не було прийнято - це викличе конфлікт [8, с. 11].

США є, на відміну від України, президентською республікою. Тобто, президент як глава уряду, так і глава виконавчої влади. При цьому, сильна президентська влада обмежена самої конституцією – вона має контролюватися. Тобто, політико-адміністративна система побудована таким чином, щоб президент позиціонувався як втілення консенсусу, який може примирити дві ворогуючі сторони.

У класичній праці «Порівняльна політологія сьогодні: світовий огляд», автори фіксують існування обмежуючих владу інститутів в будь-якій країні, проте зауважують, що вони виконують різні функції.

Для прикладу можна продемонструвати різницю підходів в таких країнах як Великобританія і Китай. І та, й інша держава мають різні партії, мають великі групи інтересів, які відрізняються, у обох держав є органи виконавчої влади, судова система, бюрократичний апарат, проте ці інститути виконують різні функції. У Великобританії церемоніальні повноваження – відкривати і закривати парламентські сесії, вручати почесні титули і державні нагороди належить монарху, а нині – королеві.

Китай же не володіє спеціалізованим церемоніальним органом, однак, Всекитайські народні збори складаються з народних представників, які обирають президента, який виконує як церемоніальні, так і політичні функції.

Основний склад верховного політичного органу в Великобританії представлений міністрами, їх формальним керівником прем'єр-міністром, а так само членами широкого кабінету в який входить керівництво різних департаментів, які обираються серед депутатів парламенту. Великобританія функціонує через конкурентну боротьбу різних партій. В Китаї ж політична система контролюється комуністичною партією і всі найважливіші політичні напрямки вибираються членами Політбюро КПК [2, с. 79-81].

Що стосується сучасної України, то чимало політичних процесів здебільшого базуються на механізмах технологізації влади. Джерелом цих процесів є тотальна бюрократизація державних структур, а так само постійне перетікання політичної влади з публічної сфери в сферу особистих відносин.

В наслідок цього українська політична система не користується довірою у громадян України, тому що вони вважає її корумпованою і відірваною від потреб народу [73].

До сучасного часу в Україні, навіть після зміни влади в 2014 році, учасники процесу взаємодії суспільства і держави сприймають політику, як можливість реального, легального панування, яка монополізує владу за допомогою невеликих номенклатурних груп і бюрократичних кланів. Багато авторів вважають, що державний контроль дуже високий, і спирається на інтереси олігархічних груп [73]. Так само в Україні є тенденція до розширення президентської влади, не дивлячись на проголошення парламенсько-президентської республіки, що дозволяє маніпулювати масами. Багато хто відзначає вертикальність влади в Україні [73].

Багато в чому саме президентська влада визначає політичний курс України і впливає на стилістику всієї державної влади. Багато авторів відзначають, що стиль прийняття багатьох політичних рішень - це тіньові практики, які не виносяться на публічний розгляд, або прийняття рішень, які суперечать інтересам великих груп населення. Неформальні канали комунікації, все ще переважають в українській політиці при прийнятті рішень, однак існують установки на подолання такого підходу і винесення влади в простір публічності та діалогу з громадянським суспільством. Однак варто підкреслити і особливу функцію парламентського участі, про яку пише і політолог А.В. Кройтор: «Слід зауважити, що саме участь парламенту у формуванні та впливі на діяльність уряду є запорукою не лише творення стабільних парламентських коаліцій, а й не від'ємною складовою парламентаризму» [141, с.232].

При цьому і парламентська система України має ряд значних недоліків. Як пише професор Л.І. Кормич: «На жаль, партійні програми розроблені за тими ж параметрами, що й урядові концепції та об'єднують інколи взаємовиключні завдання та заздалегідь нереальні цілі. У них не враховані впливи на організаційні форми ролей, взаємин, відносин, традицій,

запозичень тощо, що призводить до побудови недіючої моделі. Цим обумовлена вразливість більшості з програм, що пропагуються, з точки зору суспільного сприйняття. А звідси — слабка популярність партій, пропорційної виборчої системи, іншої суттєвої атрибутики демократичного суспільства; невизначеність моделі партійної системи, побудови парламентської більшості, існування опозиції тощо» [63, с.141]. Тобто, для української політики, поширеною є ситуація, коли побудова політичної програми перед виборами включає в себе ідеалізовані пункти для реалізації яких немає фінансових, інструментальних та експертних можливостей. В кінцевому підсумку ці пункти програми не просто реалізуються частково, а не реалізуються зовсім, тому що досягнення результат та неможливо. Таким чином виборці схильні розчаровуватися у своєму виборі, саме тому що передвиборні обіцянки не виконуються.

Не дивлячись на те, що Україна на відміну від своїх східних сусідів, не є авторитарною державою, населення багато в чому відсторонено від ходу прийняття політичних рішень, не тільки через одноосібне ухвалення рішень владою, а й через зменшення чисельності опозиції, а так само її відсторонення від можливої участі в прийнятті рішень. Так в суспільстві існує певна нетерпимість до різного роду опозиційних рухів і акцій протесту [96].

У подібній ситуації можна говорити про те, що конфліктні процеси, які протікають в сучасній Україні протікають як підспудно, так і в відкритій формі, пов'язані з структурою політичного режиму і визначаються їм. Очевидно, що для вирішення таких ситуацій суспільство вимагає якогось арбітражу, формування якого залежить від типу політичного режиму, саме арбітраж промовляє інтереси громадян і сприяє створенню діалогу в політичному дискурсі.

Можна підвести проміжний підсумок, згідно з яким прийняття політичних рішень, серед інших причин визначається дистрибутивним підходом до побудови влади. У більшості держав, до числа яких належить і

Україна, реальна влада по прийняттю політичних рішень належить політичній еліті, тоді як волевиявлення населення не враховується або враховується в незначних для консенсусу значеннях. При цьому на сьогоднішній день Україна, являючись, згідно з термінологією Роберта Даля, поліархічною державою, прагне до того, щоб різні групи політичних еліт відображали широке коло інтересів населення, і конкурували між собою, так само як соціальні групи. Таким чином, не дивлячись на те, що населення не бере участі в прийнятті політичних рішень, не один представник політичної еліти не має монополізованого права приймати політичні рішення.

При цьому очевидно, що існуюча політична ситуація потребує зміни. Так як розвиток цивілізації сьогодні розуміється через інновації, ми вважаємо, що згладжування конфліктів можливо через нововведення - введення нових політичних інститутів, арбітражів, практик.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що технологія прийняття політичних рішень - це складний процес, що проходить кілька стадій від ініціації до реалізації, але тільки впровадження інновацій в сфері науки і політики можуть зробити цей процес найбільш ефективним. Залучення наукової обґрунтованості і публічності, діалог політичної еліти та громадянського суспільства, спільна партнерська робота над формуванням цілей і ідеалів державної політики, зробить процес прийняття політичних рішень зваженим, обґрунтованим і ефективним. Очевидно, що інноваційні процеси потребують стимуляції - необхідне створення нових інститутів, відносин, а так само добре відпрацьована модель державного інвестування в розвиток інноваційної діяльності, яка може бути адаптована з закордонного досвіду. Основою інвестицій, повинні стати ті напрямки економічного розвитку, які дозволять забезпечити конкурентоспроможність України на міжнародному ринку. Для визначення таких напрямків необхідна політична аналітика і вивчення кон'юнктури ринків.

Саме формування та реалізації на практиці наукових досліджень в сфері економіки та соціальної політики може стати рішенням, яке дозволить

Україні інтегруватися в європейський простір ефективно і рівноправно. Розвиток економіки - це наслідок розвитку інноваційного політичного процесу, що дає можливість вирішувати глобальні світові проблеми. Інноваційний розвиток, який вимагає державної підтримки та ініціативи має бути підтриманий з правової точки зору. Створення нових правових норм, які були б орієнтовані на розвиток інноваційної політики - так само частина процесу прийняття політичних рішень.

Певними позитивними кроками на цьому шляху можна вважати як раз розширення можливостей більшої обґрунтованості прийняття політичних рішень завдяки використанню сучасних інноваційних технологій, зокрема, електронних петицій та інших звернень громадян, посилення громадського контролю над владою через доступ до електронних декларацій чи розширення доступу до державних сервісів за допомогою порталу «Дія», або підвищення оперативності прийняття рішень завдяки електронній системі взаємодії «Трембіта» тощо.

2.3. Інноваційні технології виборчого процесу

Виборчі технології увійшли в сферу широкого використання одночасно з введенням виборчого права. Зараз вони використовуються повсюдно, дуже інтенсивно із задіянням великої кількості ресурсів. При цьому виборчі технології весь час оновлюються і підхід до їх реалізації змінюється, що і зумовлює необхідність їх постійного дослідження. Для України виборчі технології мають порівняно недовгу історію, але є найважливішим показником демократизації країни.

Для того щоб продемонструвати генезис і трансформацію виборчих технологій від їх появи до сучасних інноваційних підходів, необхідно звернутися до тлумачення терміну «виборчі технології». Як і у випадку з іншими ключовими термінами дисертаційного дослідження у вітчизняній та зарубіжній політологічній думки так і не було розроблено єдиного

визначення терміна «виборчі технології». Звичайно, в першу чергу це пов'язано з порівняльною новизною самого феномена. Але з нашої точки зору, велику роль відіграє те, що виборчі технології багатогранне, складне явище, яке торкається багатьох галузей науки, творчості, управління і виробництва. В українській політології термін «виборчі технології» в більшості випадків трактується досить широко. Тобто, як правило, маються на увазі всі технології, які застосовуються до виборчого процесу. Таким чином, якщо відштовхується від такого широко тлумачення, можна зробити висновок що виборчі технології, це не тільки прийоми, які використовуються в процесі виборчої кампанії, але і всі методи підтримки авторитету, які використовує кандидат або партія поза виборами. Більш вузьке тлумачення терміна «виборчі технології» має на увазі тільки ті методи і прийоми, які використовує партія або кандидат в процесі виборчої кампанії для того щоб досягти основних завдань передвиборної кампанії - набір певної кількості голосів, перемога на виборах і т. д. Відштовхуючись від такого розуміння, за словами Е. Малкіна «всі дії кандидата і його команди з моменту прийняття рішення про участь у виборах до підрахунку голосів можна віднести до виборчих технологій» [82, с. 24].

Виходячи з цього, можна виділити не тільки різноманітні технології агітації, а й будь-які технології які супроводжують виборчі кампанії юридичні, фінансові, управлінські, організаційні. Нашою метою є дослідження виборчих кампаній в їх вузькому тлумаченні, як суму всіх методів, технік і інструментів пропаганди, агітації та інформаційного висвітлення виборчої кампанії політичного кандидата або партії, які спрямовані на здійснення передвиборчих цілей політичного актора (майже завжди, це просування політичного іміджу для завоювання лояльності). У нашому розумінні сфера застосування зазначених інструментів збігається з областю застосування стратегічних технік, основна роль яких - це надання виборцям інформації про політичного актора, про його програму, основні цілі, так само важливою метою є формування в електорату установок, які

підштовхнуть його до підтримки конкретного кандидата. Для того щоб позначити сутність політичної кампанії вдамося до аналізу теоретичних підходів сформульованих в працях політологів, маркетологів і фахівців з зв'язку з громадськістю. Найбільш свіжий погляд на виборчі технології трактує суму інструментів, які застосовуються в процесі виборців кампаній виключно як маніпулятивний вплив на електорат. Так, дослідник В.А. Попов зауважує: «демократія закінчується там, де починаються виборчі технології» ([цит. за 54, с. 6]).

Виходячи із цього підходу, сутність будь-якої виборчої кампанії полягає в цинічному ставленні до своїх виборців, тонкої пропаганді і широкомасштабному маніпулюванні свідомістю громадян. При цьому ми вважаємо що не варто абсолютизувати маніпуляційний елемент виборчих кампаній. По-перше, тільки при реальній конкуренції кандидатів, які застосовують різні технологічні методи взаємодії з електоратом та плюралізмі вибору можливо існування демократії. По-друге, виборчі кампанії в цивілізованому суспільстві обмежені як законами держави, так і міжнародним правом, на яке спираються ці закони. Більш того, масштабні конкуруючі кампанії і залученням в них різних груп інтересів сприяють соціалізації громадян, їх залучення в політичний процес, підвищенню загальної політичної грамотності: громадянам доводиться вибирати між кандидатом, задіяти аналітику.

При цьому варто враховувати, що маніпуляційні технології, не дивлячись на свій цинізм, є достатньо дієвим інструментом впливу на результати виборів. На цьому наголошує і в дослідженнях І. М. Милосердна, яка пише: «Маніпуляційні технології залишаються дієвими не випадково, оскільки численні дослідження виборчої поведінки доводять, що лєвова частка електорату підлягає навіюванню, має схильність бути під впливом гіпнотичної дії віри в чудодійні можливості політичних сил» [89, с.127].

Політичні маніпуляція залишаються важливим завданням для вивчення. Про це пише і Н. М. Єфтені :«Особливого значення маніпуляція набуває,

коли претенденти на досягнення влади впливають на формування необхідної для них громадської думки. Часто такі способи впливу виходять за межі правового поля, що призводить до проблем в суспільстві, зростання соціальної напруженості тощо. Саме тому і виникає необхідність аналізу і розуміння механізмів функціонування політичного маніпулювання.» [50, с.236]. Важливо також і пам'ятати про те, що політичні маніпуляції, які виходять за рамки правового поля в демократичному суспільстві є неприпустимими. Особливо це стосується маніпуляції, яка базується на расистських, націоналістичний і інших страхах. Політичні діячі України, часті використовують маніпуляцію на страху і при цьому знаходять підтримку найбільш радикально налаштованих громадян. Так політолог К.М. Вітман пише: «В Україні безперешкодно видаються та розповсюджуються книги, брошури, які містять інформацію, що направлена на розпалювання расової, релігійної ворожнечі та ненависті, а також приниження національної честі, гідності та образи почуттів громадян у зв'язку з їхніми релігійними переконаннями» [18, с. 521]. Найбільш гостро в Україні ведеться маніпуляція на релігійних і етнічних підставах. Особливо недопустмо, коли подібні дискусії проникають в систему освіти. Саме тому деякі дослідники пропонують шлях індоктринації, який повинен починатися саме зі шкільної освіти і передбачає постійне навчання терпимості до інакомислення. Саме таку програму пропонує політолог Д.В. Яковлев: «Враховуючи розповсюдженість інформаційних технологій та активне використання учнями матеріалів із мережі інтернет, на заваді індоктринації може стати впровадження аргументованих дискусій між учнями з метою формування критичного мислення та раціональної оцінки альтернативних джерел інформації. Інакше, версія історичних подій, пов'язаних із релігійним вибором, закладена в підручнику сприймається учнями як єдиний можливий підхід.» [141, с.45].

Таким чином, можна говорити про те, що освіта є протиборством маніпуляції свідомістю громадян. Чим вище рівень освіченості і терпимості,

тим нижче рівень сугестивності радикальних ідей, тим менше рівень страху. Наприклад в Європейському Союзі Для протистояння націоналістичним ідеям проводиться політика мультикультуралізму. Хоча політика мультикультуралізму, не дивлячись на свої позитивні сторони, також не позбавлена недоліків, політолог С.М. Наумкіна пише: «Слід звернути увагу, що історія практичного застосування мультикультуралізму як принципу політичного втручання в багатоскладових модерних суспільствах передбачала нейтралізацію протистоянь між різнорідними соціокультурними групами з метою підтримки соціально-економічного розвитку держави. Формальне визнання прав за будь-якими меншинами та залучення мігрантів у систему соціальних відносин стали формами демонстрації державами їхньої демократичної спрямованості та намагання відповідати статусу «держави соціального добробуту»» [94, с.61]. При цьому, так чи інакше мультикультурність повинна транслюватися як одна з важливих цінностей, цей аспект визначається і політологом К. М. Вітманом: «Появу культурної різноманітності як універсальної цінності, може нейтралізувати конфліктогенний потенціал етнічності у рамках держави. Акцентується увага на необхідності практичного застосування культурного різноманіття в етнонаціональній політиці держави після ратифікації Конвенції про охорону і заохочення різних форм культурного самовизначення» [20, с. 636]. Цей же автор підкреслює, що саме політика, яку проводить держава, маніпуляція громадянською свідомістю, поширення лякаючої інформації на основі ксенофобії стає причиною різноманітних конфліктів. Так він робить висновок: «етнонаціональна політика стала опосередкованою причиною етнополітичного конфлікту на історичному підґрунті 9 травня 2011 р.» [18, с. 643].

Взагалі термін «політичний маркетинг» в Західній Європі і США з 80-х років XX століття прирівнюється до терміну «виборчий маркетинг», початок чого поклала книга Д. Ліндона «Маркетинг політичний і соціальний», яка була видана в 1976 році французьким виданням. На території

пострадянського простору термін «політичний маркетинг» став поширюватися після 1993 року, в зв'язку з публікаціями робіт політологів А.І. Ковлера, Ю.С. Конопліна і В.В. Лобанова. Особливість цього підходу полягає в тому, що процедури і інструменти звичайного комерційного маркетингу переносяться в сферу виборчих кампаній і політичного процесу в цілому. За словами П. А. Кузнєцова політичний маркетинг реалізується «в рамках політичного позиціонування, іміджіровання, формування оптимального середовища для партії і кандидата» [71, с. 5].

З позиції методології маркетинг і вибори як поняття дійсно мають ряд схожих характеристик, і в першому і в другому випадку обов'язково присутній «товар», який в політиці представлений в образі кандидата або політичної партії, обов'язково відбувається процес обміну благами і відносинами. Так само присутній попит, який штучно формується на виборньому ринку, під вже існуючі пропозиції (кандидати, партії, політичні програми). Купівельна спроможність у виборця може, як бути присутньою, так і бути відсутньою, адже під нею розуміється готовність голосувати в принципі. При цьому, ми акцентуємо увагу на тому факті, що при застосуванні поняття «маркетинг» щодо виборчих технологій, ми виключаємо з уваги адміністративні технології, які не мають нічого спільного з просуванням політичного актора. Але є ряд прийомів, на які позитивно реагує велике число виборців - в першу чергу це різноманітні шоу програми і заходи в які одночасно можна залучити велику кількість людей. При цьому атмосфера святковості позитивно впливає на результат акції. В кінцевому підсумку ефект від подібних заходів був багаторазово підтверджений комерційними акціями з просування товарів та послуг.

Ще одним значним і з нашої точки зору найбільш оптимальним підходом до вивчення сутності виборчих кампаній є структурно-функціональний підхід, засновниками якого стали соціологи Т. Парсонс і М. Леві. У просторі цього підходу виборчі компанії інтерпретуються як ретельно скоординована взаємодія елементів, які в сукупності утворюють складну,

рухливу структуру, яка визначає виконання певних функцій в соціальній системі. В рамках даного підходу постулюється твердження, що на сутність ролей і розстановку позицій, особливостей поведінки політичних акторів, впливає призначення кожного із структурних елементів. При зміні або розвитку сукупності методів впливу на свідомість виборців, структурно-функціональний підхід стверджує ускладнення структурних елементів, яке відбувається завдяки розчленуванню старих елементів і утворенні нових, які володіють більшою мірою адаптивності в у схильних до трансформації умовах. У розумінні виборчих технологій, їх структура ділиться на три, найбільш значущих компонента:

- а) специфічні знання;
- б) конкретні прийоми, процедури і методики дій;
- в) різні технікоресурсні компоненти.

Якщо ж звернутися до більш вузької інтерпретації, то основними їхніми структурними компонентами є агітаційний повідомлення, канал трансляції інформації і одержувач агітаційного повідомлення. Використання структурно-функціонального підходу дозволило нам виокремити основні функції виборчих технологій:

1. Комунікативна функція. Вона дозволяє встановлювати контакт з виборцем, забезпечує функціонування зворотного зв'язку між виборцем і політичним кандидатом;
2. Функція політичної соціалізації, яка відповідає за формування політичної свідомості у виборців;
3. Функція успадкування цінностей, яка забезпечує адаптацію громадян і політичних акторів до реальної, сучасної політичної системи і дозволяє здійснювати багато політичних процесів - в тому числі і голосування;
4. Інформаційна функція, яка дозволяє транслювати актуальну інформацію про існуючі політичні сили та їх розстановку.

5. Розважальна функція, яка реалізується за допомогою емоційного впливу в процесі політичних шоу і сприяє виникненню зацікавленості електорату;

6. Оціночна функція, яка дозволяє виявити переваги потенційних виборців;

7. Плюралістична функція, яка відповідальна за формування рівних конкурентних умов для здійснення політичної боротьби.

Так само важливо сказати, що виборчі технології незалежно від поставлених завдань завжди спираються на послідовний алгоритм дій. В цей алгоритм обов'язково включається постановка проблеми, аналіз існуючої ситуації, визначення комплексу дій що проводяться, які необхідні для вирішення проблеми, вибір подальшої сукупності заходів, а так само аналіз, прогнозування та вивчення наслідків діяльності.

Розглядаючи виборчі технології, важливо не випустити з уваги комунікативний підхід, заснований Ю. Хабермасом. Особливість цього підходу, в тому, що дозволяє розкрити сутність виборчих кампаній з позиції трансляції в них необхідних агітаційних повідомлень. Комунікація взагалі є важливо частиною в розумінні виборчих технологій, яка дозволяє представити останні, як динамічний процес від збору попередньої інформації до остаточного її впливу на виборців. Сама комунікація розуміється нами як шлях встановлення контакту між політичними суб'єктами і об'єктами виборчої кампанії, а так же зворотним зв'язком між ними. Сам акт спілкування виборця і кандидата, процес трансляції інформації, і навіть окремий випадок: масова комунікація трактується як частина виборчої кампанії. Так само в розуміння комунікації варто включити обмін інформаційними повідомленнями, які покликані інформувати, переконати або проінструктувати виборця [56, с. 283].

При цьому, не дивлячись на технічні інновації, сам принцип комунікації можна звести до п'яти елементів, які запропонував американський політолог

Г. Лассуел в роботі 1948 року «Структура і функції комунікації в суспільстві»:

- 1) S - комунікатор (хто передає повідомлення, «source» - джерело);
- 2) M - повідомлення (що передається, message);
- 3) C - канал (як здійснюється передача, channel);
- 4) R - аудиторія (кому направлено повідомлення, receiver);
- 5) ефективність (ефект від повідомлення) [цит. по 106, с. 465].

Як вже було відмічено в виборчих технологіях, що розуміються у вузькому ключі повідомлення повинно бути агітаційним, воно направляється через канал комунікації до потенційного виборця. Вся суть процесу зводиться до формування агітації, її доставці до аудиторії від політичного актора. В кінці цієї взаємодії виборець повинен прийняти рішення про голосування на користь кандидата. Саме тому всі схеми застосовні в комунікаційному підході, легко екстраполюються на виборчі технології.

Варто також пам'ятати, що різними каналами комунікації користуються люди різного віку, професійної орієнтації та освіти. Для кожного сегмента потенційних виборців інноваційні методи виборчих кампаній пропонують унікальні форми і формулювання. Наприклад, телефонний маркетинг, агітація «двері в двері», розсилка поштою - підходить для вузького сегмента електорату до якого відносяться люди похилого віку і люди середнього віку, на молодих людей такі методи не впливають. Для них найбільш прийнятним і доступним каналом зв'язку є Мережа Інтернет, а так само мобільні додатки. Взагалі проникнення виборчої агітації в популярні мобільні додатки - це інноваційний метод впливу, який ще не в повній мірі освоєний.

У висновку варто сказати, що вся суть інформаційної агітації повинна зводитися до певного алгоритму: чітко визначити цільову групу, сформулювати для неї унікальне інформаційне повідомлення, адаптувати його для передачі по самому доступному для групи каналу зв'язку.

Наприклад, для молодого покоління, головний спосіб агітації, який може зробити істотний вплив - це ЗМІ, які мають свої сторінки в мережі Інтернет,

до ЗМІ можна прирівняти і політичних блогерів, які користуються великим впливом і є своєрідними «лідерами думок» [121]. Не дивлячись на те, що таке твердження, здається очевидним, насправді для його підтвердження задіюються наукові методи - соціологічні опитування, психологічні тести, які проводяться на великих соціальних групах, рандомізовані, що вимагає чималого задіяння ресурсів. «Досвід політико-правового регулювання державної молодіжної політики в нашій державі показує початковий державно-громадський її характер. Отже, спочатку даний напрям діяльності був виключною прерогативою держави» [63, с.139].

Практика досліджень психологічного портрета типового представника соціального шару, є новою і може ставитися до ряду інноваційних.

При цьому, практика політичних стандартів виборчих кампаній в Україні демонструє, що інноваційні моделі виборчих кампаній ще досить далекі від реального політичного процесу. В Україні наймасштабніший тип агітації - це використання політичної пропаганди старого зразка, де масовість превалює на індивідуальними дослідженнями.

Для демонстрації такого підходу звернемося до політичних виборів 2010 року, які хоч і не були останніми, але не були терміновими, готувалися довго, і тому дозволяють дати порівняно об'єктивну оцінку виборчим кампаніям. В даному дослідженні свідомо не досліджуються виборчі кампанії 2014 року, так-як зі складного і напруженого політичного становища, виборчі кампанії проходили не в звичних сценаріях позиціонування, а тому не до кінця відображають основні тенденції української політики.

Взагалі політичну пропаганду прийнято трактувати наступним чином - це діяльність, спрямована на «системне поширення, поглиблене роз'яснення поглядів, ідей, теорій що забезпечує формування в суспільстві певних настроїв, з метою максимального розширення кола прихильників відповідної ціннісної системи» [104, с. 544 - 545]. Політична пропаганда передбачає, що в ході її проведення будуть залучатися нові ідеї, технології та інноваційні

механізми реалізації, спрямовані на залучення якомога більшої кількості прихильників.

Важливою рисою передвиборної кампанії 2010 року виявилася її протяжність в часі, через необхідність проведення другого туру: 19 жовтня 2009 офіційний старт, та 7 лютого 2010 фініш. Однак не дивлячись на визначені часові рамки, претенденти почали свої виборчі кампанії задовго до офіційного початку - ще влітку 2009 року. Особливо варто відзначити задіяння адміністративного ресурсу - державні канали і преса, почали активну рекламну кампанію державних поїздок, зустрічей з громадськістю, проводилося безліч політичних концертів та інших популістських кроків, залучених для залучення уваги виборчої аудиторії.

Так, політолог Т. З. Ніколаєнко, в своїх статтях вказує, що чинний у свій час президент В. Ющенко, організував понад три десятки агітаційних зустрічей з українською інтелігенцією, які транслювалися по багатьом державним каналам, не дивлячись на їх багатогодинну тривалість, а чинний тоді прем'єр-міністр Ю.Тимошенко, виконуючи приписи стабілізаційного фонду, передавала сільським жителям безкоштовні акти на землю, але при цьому участь стабілізаційного фонду не афішувалася, а до акта додавався портрет прем'єр-міністра. Того ж часу Голова Верховної Ради Володимир Литвин задіяв парламентські медіа-ресурси, на якому проходило безліч трансляцій його робочих поїздок [98].

Раннім початком передвиборної агітації так само відзначились такі політики як С.Тігіпко, В.Янукович, А. Яценюк. Перші два зазначені кандидати влітку 2009 року почала агітацію через широкоформатну зовнішню рекламу, яка представляла кандидатів і їх виборчу кампанію.

Очевидно, що ставки на інноваційну передвиборну кампанію ніхто з кандидатів не робив, економічні витрати були величезними, ергономічність не враховувалася, кампанії зводилися до максимального поширення політичної пропаганди, що призвело до перенасичення електорату політичною інформацією. Таким чином виборча кампанія 2010 року носила

традиційний характер, де ставка робилася на кількість інформації, а не на її якість.

Політична реклама на сайтах і блогах використовувалася, однак основний упор був все ж на економічно затратні і вже менш ефективні засоби - телевізійні та радіо ефіри, зовнішня реклама, мережі наметів, друк в пресі, концертні програми та ходи.

Прикладом застосування інноваційної технології може стати один елемент передвиборчої кампанії Юлії Тимошенко - а саме, ведення авторського блогу, який був досить добре сконструйований, користувався популярністю і навіть отримав статус «топ-тренда». Використанням такого підходу на противагу традиційним зустрічам з громадськістю В. Януковича, команда Ю. Тимошенко змогла привернути увагу і голоси молодшої частини виборців. Це в черговий раз підтверджує необхідність переходу до інноваційних методів впливу на виборців.

Так само можна звернутися до парламентських і президентських виборів 2019 року, які мали досить несподіваний результат, пов'язаний з новим рівнем політичного маркетингу.

Вибори народних депутатів були дев'ятими за рахунком і другими позачерговими в новітній історії України. Вони, поряд з президентськими, стали віхою на шляху країни до нової політичної системи - Четвертої республіки. Обриси її поки не дуже добре видно. Вибори - президентські і парламентські, дають можливість їх собі уявити.

Вибори повинні були відбутися 27 жовтня 2019 року, але Володимир Зеленський на наступний день після своєї інавгурації видав указ про дострокове припинення повноважень Верховної Ради України (ВРУ). Рішення це було оскаржене в Конституційному суді України. Розглянувши поданий 62 депутатами позов, суд визнав наявність конфлікту між гілками влади, констатував неможливість його розв'язання і вважав, що пропозиція зробити це народу України «за допомогою проведення позачергових виборів відповідає вимогам частини 2 статті 5 Конституції». Крім того, Зеленський

прагнув провести парламентські вибори достроково і для того, щоб якомога швидше конвертувати свій високий рейтинг в електоральну підтримку партії «Слуга народу», оскільки до кінця жовтня популярність Зеленського могла знизитися, а опозиції - посилитися.

Опоненти Зеленського розраховували на те, що в результаті розпаду коаліції «Європейська Україна» президент не зможе розпустити Раду до 17 червня, а після цієї дати залишиться менше півроку до закінчення терміну її повноважень, що знову-таки не дасть йому законної підстави достроково припинити діяльність парламенту. Однак в ході своєї інавгурації, яка відбулася 20 травня, Зеленський все ж оголосив про розпуск Верховної Ради, а на наступний день видав відповідний указ, призначивши позачергові парламентські вибори на 21 липня. Своє рішення новообраний президент мотивував низьким рівнем довіри громадян до Верховної Ради (що складали приблизно 4%), а також тим, що, за його словами, з 2016 р в Раді не існувало коаліції більшості.

Особливістю цих виборів було те, що вони проводилися відразу після президентських, які принесли несподіваний, як уже зазначалося, результат і могли підтвердити або спростувати крутий поворот в українській політиці, який вже намітився.

7 серпня результати виборів були опубліковані. 5%-й бар'єр подолали п'ять партій. За створену президентом «ad hoc» партію «Слуга народу» проголосувало 43,16% взяли участь у виборах виборців (6307793 голоси, 124 мандата); за партію «Опозиційна платформа - За життя» - 13,05% (1908111 голосів, 37 мандатів); за партію «Батьківщина» - 8,18% (1196303 голоси, 24 мандати); за партію «Європейська солідарність» - 8,10% (1184620 голосів, 23 мандати); за «Голос» - 5,82% (851722 голосів, 18 мандатів).

Головним підсумком голосування можна вважати те, що «політична сила, фактично створена методом «посполитого рушення», отримала можливість одноосібно сформувати уряд. Ще одна нова партія, «Голос» отримала 20 місць. Все, що сталося можна назвати політичним

імпресіонізмом. Тільки один довгожитель парламенту партія Ю. Тимошенко змогла в ньому залишитися, і це була єдина політична партія, що пройшла в парламент без зміни ідентичності.

Ще одним важливим результатом стало те, що «Опозиційна платформа - За життя», як і можна було очікувати, перемогла списком в підконтрольній Києву частини Донбасу і в ряді районів Одеської області, але в цілому отримала всього 43 мандати. Очікувано не пройшли до уряду націоналісти, які об'єдналися напередодні виборів. І навіть в Донецькій і Луганській областях, де перемогла «Опозиційна платформа - За життя», партія «Слуга народу» була на другому місці. Популярність Зеленського і його партії в цьому регіоні пояснюється не тільки тим, що він обіцяв покласти край збройному конфлікту на Донбасі. Зеленський сприймався на Південному Сході як російськомовний політик (оскільки в шоу і телесеріалах з його участю він говорив більше російською мовою, на двох мовах звертався до своїх виборців) і як земляк (нинішній президент України - уродженець Кривого Рогу) .

Партія «Слуга народу» у виборах в одномандатних округах отримала 130 мандатів - більше, ніж за списком. Це назвали «електоральною революцією» 9. У багатьох округах молоді кандидати несподівано перемогли місцевих багаторічних парламентських представників, які володіли великими фінансовими можливостями і, що очевидно, політичними зв'язками.

Ніколи за всю новітню історію України жодна людина і жодна політична партія не отримували настільки консолідованих владних повноважень. Крім того, парламент оновився на 80,4%. В середньому він помолодшав на 7,4 роки і в ньому стало більше жінок (19% проти 12% в попередньому). Це свідчить про поступову демократизацію і емансипацію жінок в політиці.

Якщо результати президентських виборів можна було назвати «очікуваною несподіванкою», то парламентські вибори стали «несподіванкою повною». Більшість експертів прокоментували вибори і

оцінили їх як «тектонічний зсув в українській політиці», як внутрішній, так і зовнішній.

Тріумфальний успіх «Слуги народу» пояснюється, звичайно, не ідеологією цієї партії (яка у неї вельми туманна), а головним чином тим, що це - партія популярного президента В. Зеленського, а також прагненням значної кількості виборців побачити нові обличчя в українській політичній еліті. Високий рейтинг пропрезидентської партії став, перш за все, відображенням високого рейтингу Зеленського. З тієї ж причини в одномандатних округах кандидати від «Слуги народу», які не мали ніякого політичного досвіду, нерідко брали гору над досвідченими політиками і великими бізнесменами. Так, наприклад, в 77-му одномандатному мажоритарному окрузі в Запорізькій області, де балотувався президент запорізького підприємства «Мотор Січ» В. Богуслаєв, перемогу здобув кандидат від «Слуги народу» весільний фотограф С. Штепа. Як відзначали ще на початку виборчої кампанії українські соціологи, один тільки факт приналежності кандидата мажоритарщика до партії Зеленського відразу давав йому 15-20-відсоткову фору. «Слуга народу», на думку експертів, є, по суті, не класичною партією, а досить пухкою мережевою структурою. Ідеологія її також дуже розпливчата, втім, партія і не потребувала чіткої системи поглядів, оскільки її головним ресурсом був високий рейтинг президента Зеленського. По суті, це популістська партія, але в той же час дуже багато відрізняє її від сучасних європейських популістів (італійського «Руху п'яти зірок», французького Національного об'єднання, угорської партії Фідес і ін.).

Друге місце на виборах зайняла «Опозиційна платформа - За життя» (ОПЗЖ), яка набрала 13,05% голосів виборців і, з урахуванням одномандатників, провела в Раду 44 депутати. Цю партію на Україні називають проросійською, що означає, що вона більш-менш лояльно ставиться до Російської Федерації і готова суто раціонально підходити до вибудови відносин між нашими країнами. «Опозиційна платформа - За життя» являє собою альянс однією з фракцій «Опозиційного блоку», що

виражає інтереси «газовиків» (Ю.Бойко, С. Львовчикіна, Фірташа), з партією «За життя» В.Рабиновича. Цей союз виник в листопаді 2018 року, коли лідер парламентської фракції «Опоблока» Юрій Бойко і партія «За життя», що також складається переважно з колишніх членів Партії регіонів, підписали угоду про взаємну співпрацю на виборах президента України і парламентських виборах 2019 р. В результаті з'явилася партія «Опозиційна платформа - За життя», що призвело до виключення Ю. Бойка з «Опозиційного блоку».

«Опозиційна платформа - За життя» виступила, перш за все, за нормалізацію відносин з Росією. У травні 2019 р Ю. Бойко заявив: «Слова Володимира Зеленського про те, що межа - єдине, що сьогодні об'єднує Україну і Росію, - це повторення помилок минулого режиму, який зробив розрив українсько-російських зв'язків основою своєї політичної доктрини. Цей безвідповідальний курс веде в політичний глухий кут». Партія мала намір відновити взаємовигідні торговельно-економічні зв'язки з Росією і країнами СНД. «Опозиційна платформа - За життя» виступила за скасування економічної блокади Донбасу, надання йому автономного статусу в рамках України і прийняття законів про амністію, вибори і вільну економічну зону в Донбасі. Партія вважає, що переговори з метою врегулювання конфлікту на Південному Сході потрібно вести з Росією і лідерами невизнаних республік. ОТЗЖ виступає проти членства України в НАТО і за нейтралітет країни, проти українізації, мовних обмежень. Партія обіцяла «повернути» громадянам України право говорити, спілкуватися, навчатися російською та мовами національних меншин і не допускати втручання держави в справи церкви під приводом «не розколювати» українське суспільство, а навпаки, «об'єднати українців від Заходу до Сходу і від Півночі до Півдня, «зшити» країну».

Три інші партії, які подолали на виборах в Раду 5-відсотковий бар'єр - «Батьківщина», «Європейська солідарність» і «Голос», - належать до прозахідного національного табору. Партія Юлії Тимошенко «Батьківщина»

набрала 8,18% голосів, її фракція в Раді становить 24 депутата. Партійний список «Батьківщини» очолювала її беззмінний лідер Ю. Тимошенко. Другим був позафракційний депутат Верховної Ради С. Тарута, який займав пост губернатора Донецької області з березня по жовтень 2014 р., третім - глава СБУ при президентові В. Ющенко і в 2014-15 рр. В. Наливайченко, четвертим - заступник голови партії і заступник голови фракції «Батьківщини» у Верховній Раді Сергій Соболєв, п'ятою - депутат Верховної Ради від «Батьківщини» О. Кондратюк. «Батьківщина» відстоює повернення «окупованих територій» - Криму і Донбасу, причому Ю.Тимошенко вважає, що переговори про вирішення конфлікту на Південному Сході України потрібно вести в «будапештському форматі», тобто підключивши до них США і Великобританію.

«Європейська солідарність» прийшла до фінішу четвертою, отримавши 8,10% голосів виборців, її парламентська фракція склала 27 депутатів. До 24 травня 2019 року ця партія називалася «Блоком Петра Порошенка Солідарність» і була перейменована після поразки Порошенко на президентських виборах 2019 р. Ребрендинг повинен був підкреслити європейські устремління партії. «Європейська солідарність» відстоює європейський цивілізаційний вибір України, наголошує на необхідності зберегти завоювання п'яти років президентства Порошенко і не допустити, щоб «проросійські реваншисти» повернули Україну в «Рускій мир». Фракція «Європейської солідарності» у Верховній Раді, за словами Порошенка, буде «в жорсткій опозиції до спроб розвернути країну назад, у бік Росії».

Падіння електоральної підтримки партії пояснюється як розчаруванням виборців у політиці Порошенко, так і його поразкою на президентських виборах 2019 р. Нарешті, п'ятою партією, яка змогла пройти в Раду, став «Голос». Вона набрала 5,82% голосів і провела в парламент 20 депутатів, включаючи одномандатників. Головою партії «Голос» був лідер рокгрупи «Океан Ельзи» та громадський діяч С. Вакарчук - активний учасник «помаранчевої революції» 2004 року і Євромайдану та Революції Гідності

2013-2014 рр. Музикант позиціонує себе як християнського і проєвропейського політика.

Підводячи підсумки відзначимо, що парламентські вибори 21 липня 2019 р. внесли значні зміни в розстановку політичних сил у Верховній Раді. По-перше, в Раду пройшли нові, нещодавно створені партії - «Слуга народу» і «Голос». По-друге, партія «Слуга народу» отримала більшість депутатських мандатів, що дало їй можливість сформувати уряд, не вступаючи в коаліцію з іншими політичними силами. Важливо відзначити, що пропрезидентська партія має більшість в Раді вперше за всі роки існування незалежної України. Таким чином, в руках президента Зеленського опинились всі основні політичні важелі, необхідні для проведення його курсу. По-третє, значно оновився персональний склад Ради. Приблизно три чверті обраних парламентарів (323 людини) раніше не були депутатами українського парламенту. Нагадаємо в зв'язку з цим, що за підсумками попередніх парламентських виборів, що відбулися в жовтні 2014 р., в Раді була створена коаліція «Європейська Україна», в яку вступили п'ять національно-прозахідних партій - «Блок Петра Порошенка», «Народний фронт», «Самопоміч», Радикальна партія Олега Ляшка, «Батьківщина». Три з них не пройшли в нинішню Раду («Народний фронт» не брав участі у виборах, Радикальна партія Олега Ляшка та «Самопоміч» не подолали 5% бар'єр), а «Європейська солідарність» (колишній «Блок Петра Порошенка») і «Батьківщина» отримали приблизно по 8% голосів виборців, так що навіть разом з партією «Голос» вони складають в нинішній Раді меншість. Значною мірою такі зміни відбулись і за рахунок використання інноваційних технологій у виборчому процесі.

Однак відсоток впливання інноваційних технологій в українське політичне життя все ще залишається невеликим. Політолог К. Мелешко описує становище в такий спосіб: «загальний рівень нинішньої кампанії з точки зору креативу такий же, як і під час передвиборної кампанії 2006-2007

років. Країна не просунулася в своїх справах - і реклама також стоїть на місці» [87, с. 25].

Але в цілому політизованість українського суспільства, його втому від участі в політичній боротьбі, небажання робити свідомий вибір на користь якого-небудь кандидата, це не стільки стагнація скільки шлях для нових і креативних методів введення виборчих кампаній. Можна прогнозувати все більш масштабне залучення інновацій в наступних політичних виборах, так як традиційні методи відживають свій вік і це стає перепорою для завоювання політичної лояльності кандидатами.

При цьому варто пам'ятати, що нові та креативні підходи використовувати досить ризиковано, інновація не завжди може гарантувати позитивний результат, а терміни передвиборчих кампаній не такі великі, щоб легко поміняти стратегію дій.

Висновки до 2 розділу

:

Аналіз моделей і форм сучасних політичних технологій демонструє, що в сучасному медіапросторі, не дивлячись на те, що завдання політичної активності залишаються незмінними, вирішуватися вони повинні по-новому. Політичний актор повинен формувати свій комунікативний простір так, щоб:

- управляти засобами уяви;
- управляти семіотикою;
- управляти простором в його новому, «технологічному» розумінні;
- керувати самою технологією.

З цього випливає, що проривні технології (великі бази даних, інтернет-речі, терабайтний Інтернет і т. п.) надають багато в чому безпрецедентні комунікативні та управлінські можливості, але вони не повинні сприйматися як панацея. Як показують дослідження, характеристики соціуму, особливості його організації та культури нерідко виявляються вирішальним фактором, що визначає результат застосування тих чи інших технологій. Важливим також є

розуміння складності, часом суперечливості технологічних трендів, які передбачають оперативну і комплексну реакцію з боку центрів прийняття політичних рішень. Розвинуте громадянське суспільство і демократичні інститути в чималому ступені полегшують завдання, але і в цьому випадку є ряд серйозних проблем: ригідність мислення управлінців, ресурсний дефіцит, множинність різнорідних викликів, загроза безпеці і масштабні маніпуляції.

РОЗДІЛ 3

СПЕЦИФІКА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ ТА КУЛЬТУРИ

3.1. Інтернет як потужний засіб побудови інформаційного суспільства.

Сьогодні актуальним стає те, що завдяки останнім досягненням в інформаційних технологіях нівелюються негативні процеси загальної інформатизації, такі як централізована інформація, стандартизація методів мислення, підведення будь-якої людської активності під шаблон поведінки, що перетворювало людей і цілі народи в однорідну масу Маркузівських «одномірних людей».

Новітні інформаційні технології зробили соціально орієнтований прорив, завдяки чому трансформувався характер соціальних зв'язків між людьми. Наприклад, відсоток працюючих людей постійно зростає, бо з'явилися професії, які, завдяки інформаційним технологіям і зокрема Інтернету, підходять людям з обмеженими фізичними можливостями, літнім людям, неповнолітнім. З'явилася дистанційна робота, яка дозволяє людині не виходити з дому для забезпечення щоденного заробітку. Таким чином, суспільство видозмінюється - пірамідальна структура суспільних і політичних відносин витісняється мережевою структурою, в якій відсутній чітко окреслений центр, еліти поступово втрачають своє виняткове становище. Все це значною мірою обумовлене загальною комп'ютеризацією і зростанням чисельності Інтернет-користувачів. Інформація і раніше була інструментом перетворення світу, сьогодні вона відрізняється тим, що широко доступна набагато більшій кількості населення різних країн.

Для розуміння ролі Інтернету в процесі становлення інформаційного суспільства слід звернутися до самого поняття інформаційного суспільства. Концепція інформаційного суспільства побудована на розумінні інформації як найважливішого фактора розвитку. Багато дослідників вважають, що

становлення інформаційного суспільства, зі зняттям існуючих сьогодні обмежень на володіння інформацією, дозволить людству повернутися до максимально прямої демократії, яка була задумана ще в Античній Греції, але на сучасному рівні. Таку демократію, з нашої точки зору, варто відокремити від інших її форм. Умовно це явище можна називати «Інформаційною демократією», в якій основною відмінною рисою є надання громадянам різних країн можливості не тільки спостерігати, але й брати безпосередню участь в управлінні державою, у вигляді постійного волевиявлення. Для того щоб розуміти, яким чином можливе здійснення державного управління в рамках інформаційної демократії, слід звернутися до історії становлення теорії інформаційного суспільства. Вся суть сьогоднішнього інформаційного суспільства, його проблеми і перспективи розвитку в просторі Інтернету тісно пов'язані з історією становлення даної сучасної комунікаційної системи.

Сам термін «інформаційне суспільство» належить японському професору Ю. Хаяші. Так з 1969 року, Я. Хаяші надавав Японському уряду футурологічні звіти щодо перспектив розвитку японського суспільства, які називалися: «Японське інформаційне суспільство: теми і підходи», «Конттури політики сприяння інформатизації японського суспільства», «План інформаційного суспільства». Сам термін у звітах ніяк не обговорювався.

Теоретична концепція інформаційного суспільства належить Д. Беллу, який в 1973 році написав роботу «Прийдешнє постіндустріальне суспільство» [4]. Для Белла було очевидно, що структура суспільства поступово трансформується і перетворюється в структуру нового суспільства, яке визначить сутність ХХІ ст.

Одним з визначних розробників концепції інформаційного суспільства є і Е. Тоффлер, який перший зазначив провідну роль інформації та в своїх працях 70-х 80-х років «Шок майбутнього» (1970), «Третя Хвиля» (1980), «Метаморфози влади» (1990) широко застосовував термін «інформаційне суспільство» [125].

Стандартизованим термін «інформаційне суспільство» став у 1992 році. Приміром, у США, після досить широко цитованих доповідей про стан і майбутнє американської політики Б. Клінтона і А. Гора, закріпився термін «національна глобальна інформаційна інфраструктура». Широко використовувалося це поняття Експертною групою Європейської комісії у програмах інформаційного суспільства під керівництвом Мартіна Бангемана. Канадські, британські та американські публікації присвячені культурі і політиці сучасності, а також економіки та міжнародного права часто використовували терміни «інформаційні магістралі» і «супермагістралі». Також у 1994 році з'явилося чітке визначення інформаційного суспільства, яке належить Єврокомісії. Згідно з цим визначенням, діяльність населення в таких суспільствах повинна базуватися на послугах, які надаються інформаційними технологіями та комп'ютерними технологіями. Як очевидно сьогодні, Інтернет відіграє найважливішу роль серед подібних технологій.

Дослідник Ст. Мартін, хоч і підкреслює, що найважливішою рисою інформаційного суспільства є нова модель комунікації, перераховує і декілька інших специфічних рис. До них належать істотні трансформації структури економіки, здебільшого це стосується того, як в інформаційному суспільстві розподіляються трудові ресурси; інформаційні технології не просто поширюються серед населення – їх важливість чітко усвідомлюється і рефлексується; у представників різних професій з'являється необхідність володіння комп'ютером та сучасними засобами зв'язку і комунікації; комп'ютерів на душу населення Землі стає все більше; урядами більшості країн підтримується розвиток високих комп'ютерних технологій та нанотехнологій, як наслідок у світі відбувається поширення різноманітного програмного забезпечення, як корисного, так і такого, що здатне завдавати шкоди засобам комунікації- комп'ютерних вірусів.

Виходячи з усіх перерахованих змін У. Мартін робить висновок, що «інформаційне суспільство можна визначити як суспільство, в якому якість життя, як і перспективи соціальних змін та економічного розвитку в

зростаючій мірі залежать від інформації та її експлуатації» [86, с. 117]. В даному аспекті будь-які людські досягнення підкоряються впливу і оцінюються з точки зору досягнень інформаційних технологій.

Дослідник Н. Мойсєєв вважає, що «незважаючи на те, що поняття «інформаційне суспільство» широко використовується в пресі і з ним пов'язують майбутній стан суспільства, але крім фраз, в яких йдеться про зростання ролі інформаційних технологій в розвитку сучасного суспільства, справа поки особливо не просунулася, і воно залишається терміном, який потребує розшифровки» [90, с. 6].

Та все ж головне спотикання, з яким стикаються дослідники інформаційного суспільства, це неможливість перенесення зв'язків, з якими вони стикаються при структурному описі моделей інформаційного суспільства, в реальність.

Так само неможливо і розвиток всього суспільства розглядати як наслідок впливу нової мережевої комунікації на нього. Звичайно, Інтернет виконує важливу роль в побудові інформаційної моделі суспільства, але при цьому не можна розуміти останнє як звичайну суму сфер впливу культури, політики, техніки, повсякденної поведінки. Сюди додаються і проблеми, на зразок можливостей маніпулювання свідомістю людей за допомогою інформаційних війн; розрив багатьох соціальних відносин, які базувалися на особистих зустрічах, а сьогодні замкнені виключно віртуальною комунікацією, яку деякі дослідники воліють вважати симулятивної.

Таким чином, дослідження ролі Інтернету в побудові інформаційного суспільства стикається з певними труднощами, які виходять з проблем вивчення різних аспектів комунікації у даній моделі суспільства. Їй або відводиться центральне положення, що нівелює інші складові людського соціального світу; або її розглядають нарівні з іншими сферами суспільства, що не дає можливості відстежити роль виключно Інтернету в житті інформаційного суспільства.

У кінцевому підсумку в результаті масштабного синтезу практичних експериментів і теоретичних конструктів з'явилася можливість створити універсальне визначення інформаційного суспільства не як стану і ні як етапу розвитку суспільства, а як його теоретико-прикладної моделі. Для передових держав одним із завдань є впровадження різних елементів цієї моделі в дійсність. У рамках політичного простору найбільш важливими елементами моделі інформаційного суспільства, які впроваджуються є:

1. Розвиток сфери високих технологій і внесення вкладу в технологічний прогрес, що дозволить підвищити конкурентоспроможність держави серед інших країн, в тих сферах праці, які сьогодні називають інтелектуальними;

2. Економічне зростання, яке є причиною підвищення якості життя населення держави. Високий рівень життя спрощує доступ до сучасних благ цивілізації і головної цінності сучасності – інформації, знань, що в підсумку виливається в високоякісну освіту, з допомогою чого здійснюється пункт 1. Так само підвищується рівень охорони здоров'я, медичної допомоги, інформаційні технології та Інтернет прискорюють адміністративні операції, підвищуючи якість послуг. Громадянам легше знайти роботу завдяки інформації про вакансії і завдяки розширенню попиту на робочу силу. Завдяки комунікативним технологіям з'являється можливість захисту соціально вразливого населення;

3. Держава зацікавлена у розвитку демократизації, відкритого громадянського суспільства, в якому конституційні права населення неухильно дотримуються, громадяни вільно приймають участь в суспільному житті, впливають на рішення центральної та місцевої влади країни.

Це лише основні мотиви можливих політичних перетворень на базі становлення інформаційного суспільства. Так як сфера Інтернет технологій (ІТ) вміщує в себе все різноманіття інформаційних послуг, які поглинули навіть теле і радіо комунікацію, всі інформаційні ресурси та програмне забезпечення, це робить її істотно великим сегментом інформаційного суспільства, ніж будь-яку іншу інфраструктуру або галузь економіки. У

сучасній реальності сфера ІТ трактується як головний чинник політичної модернізації суспільного розвитку не тільки комунікаційного і технічного, але і соціального, і культурного. Саме сфері ІТ сьогодні належить важлива роль у розвитку конкурентоспроможної економічної системи, створенні нормального середовища для людського розвитку і самореалізації, а також у вдосконаленні демократичних процедур.

Так само важливо відзначити, що в останні роки зростання ІТ відбувається не помірно, а в геометричній прогресії. На сьогоднішній день до Інтернету має доступ 3,5 мільярда людей, це враховуючи той факт, що позначки в 1 мільярд цей процес досяг всього в 2008 році. Так як населення країн, що розвиваються, набагато перевищує населення розвинених, то відповідно і велика частка користувачів припадає на них – 2,5 мільярда користувачів. При цьому прогнозується постійне збільшення кількості користувачів [9]. Вдосконалення комп'ютерної техніки та засобів телекомунікацій і зв'язків зростає настільки швидко, що сьогодні вже на мобільних телефонах за порівняно невелику суму доступний Інтернет, чия швидкість перевищує дорогі провайдерівські пакети п'ятирічної давнини.

Саме тому серед дослідників сьогодні з'являються міркування щодо необхідності виділення особливих «цифрових» ідентичностей, які можуть носити як індивідуальний, так і колективний характер. Процеси кристалізації нових цифрових ідентичностей інформаційного суспільства складно прогнозувати, тому сьогоднішній стан суспільства можна характеризувати як точку біфуркації, яка визначає характер подальших змін. 8 років тому, в 2008 році, в індійському місті Хайдабарад, на третій Всесвітній конференції щодо розвитку нових видів зв'язку звучало: «Зараз Інтернет розуміється як технологія загального призначення, а доступ до широкосмугового зв'язку вважається базовою інфраструктурою поряд з електрикою або дорогами. У деяких країнах, таких як Естонія, Фінляндія, Франція, Іспанія доступ до Інтернету розглядається як основне право людини для їхніх громадян» [98] . В країнах з розвиненою сферою ІТ доступ до Інтернету має майже 90%

користувачів, тоді як у країнах, що розвиваються – 35%, Україна займає середнє положення між цими двома цифрами. Так, в 2019 році кількість користувачів Інтернетом в Україні переступив бар'єр в 40%, при цьому серед молодих людей і підлітків цей показник дорівнює 80 % [9].

Якщо звернутися до даних Міжнародного союзу електрозв'язку, то наявний значний щорічний приріст в ІТ сфері, як користувачів, так і професіоналів. Кожен рік відбувається збільшення кількості користувачів не менше, ніж на 8 відсотків. Статистики наводить такі цифри: «В 2010 р. світова інтернет-аудиторія складала приблизно 1,834 мільярда користувачів, що на 14,2 % перевищує показник початку 2009 р. (1,605 мільярда користувачів за даними того ж джерела). За кількістю користувачів Інтернетом на першому місці у світі перебуває Китай (384 млн осіб), на другому – США (240 млн), на третьому – Японія (99 млн осіб). Бразилія посіла 4-е місце – (76 млн користувачів), Німеччина – 5-е (65 млн), Індія – 6-е (61 млн), Росія – 7-е (59,7 млн). Україна за числом користувачів Інтернетом (15,3 млн) займає 28-е місце у світі, збільшивши протягом 2009 р. їх кількість на 4,95 млн осіб» [166].

З 2009 року в Україні існують консалтингові організації, які займаються аналізом розширення мережевих комунікацій і дослідженнями впливу цих мереж на становлення інформаційного суспільства в Україні. Серед таких організацій можна назвати Gemius Ukraine, Bigmir-Internet, GfK, TNS і InMind. Методики аналізу та виведення прогнозів кожної організації різні, а тому нерідко трапляється, що дані, які публікує одна фірма, радикально відрізняються від даних інших фірм. Так вже в 2009 році TNS нарахувало 5, 5 мільйонів українських користувачів, а InMind 9,5. При цьому є офіційні представники, такі як Держкомзв'язок, які стверджують, що чисельність інтернет-аудиторії в Україні налічувала на 1 січня 2010 року понад 15,3 млн. унікальних користувачів, що складає третину населення України» [35]. Такі розбіжності досить істотні і підштовхують нас до очевидного висновку: статистичні підрахунки тільки користувачів, з урахуванням того, що Інтернет

не обов'язково повинен бути підключений до домашнього стаціонарного комп'ютера, вже представляють дослідницьку складність. Тому, в оцінці становлення інформаційного суспільства на території конкретної країни, підрахунки повинні враховувати фактори культурного середовища, наявність нормативних актів, які регулюють нові відносини тощо, створюючи цілісну картину впровадження інтернет-технологій. Так після карантинних обмежень 2020 року, в Україні істотно збільшилася кількість інтернет користувачів на 7 мільйонів чоловік, що в підсумку составляет 26 мільйонів користувачів і 60% від населення країни [51].

В Україні з 2010 року на постійній основі проводяться дослідження InMind, які здійснюються на замовлення Інтернет Асоціації України. Так на початок 2010 року InMind нараховувала 12, 5 мільйонів користувачів ІТ, що були старші 15 років. В цілому, так як ця цифра відповідає реальній кількості населення цієї вікової групи, можна довіряти даним InMind, які опубліковано з дозволу ІНУ [42].

Необхідно також розглянути розподіл користувачів за демографічним показником. В Україні, як і в багатьох інших країнах з економікою, де розвивається ІТ-сфера, розподіл користувачів має вкрай нерівномірний характер. По-перше, в селах і маленьких містах налічується лише 36% користувачів, хоча майже половина населення проживає в цій місцевості. Спостерігається нерівномірність кількості інтернет-користувачів на душу населення в різних регіонах. По-друге, спираючись на дані InMind, в Україні спостерігається залежність між статевію приналежністю і використанням Інтернету. Так Інтернет використовує 70% чоловіків і 50% жінок, що вказує на деяку патріархальність українського суспільства, в якому інновації в першу чергу освоюються чоловіками.

Українська інтернет-спільнота не сформувала особливої специфічної мережі, яка була б інтегрована в світове співтовариство. Так інтеграція українських користувачів в світовий простір відбувається у складі Рунета, що віддаляє повноту реалізації суттєво важливих елементів інформаційного

суспільства як розвинуті ІТ спільноти. Аналогічні проблеми спостерігаються і у багатьох інших країн колишнього СРСР.

При цьому українські користувачі отримали в 2013 році світове лідерство по збільшенню частки в соціальних мережах. Саме українці показали найвищий ріст чисельності реєстрацій серед всіх користувачів [120]. Це стосується так званих живих журналів, Україна в 2009 році займала п'яте місце в світі за кількістю акаунтів на душу населення в Livejournal.com. [130]. Це заставляє традиційні ЗМІ шукати нові способи отримання інформації, нові підходи до молодіжної аудиторії [39].

Найбільш стимулюючими прикладами для країн служать США та Японія. Так, в США за президента Б. Обама перехід на Web 2.0, було оголошено пріоритетним завданням у сфері реформування політики. Без цього переходу неможливий відкритий діалог між державою і її громадянами. У Японії ж політики не роблять подібних заяв, будь-які технологічні відкриття по можливості впроваджуються у політичний і управлінський процес за умовчанням. В Україні, де рівень довіри до різноманітних представників влади і працівників державних служб традиційно низький, використання можливостей ІТ для підвищення цієї довіри являється актуальною задачею.

Так, наприклад, майже 100% території України має покриття мобільним зв'язком третього покоління, що теоретично дає з допомогою зв'язку вільний доступ в Інтернет з будь-якої точки держави. Перспективним є використання цього покриття для розробки високотехнологічних систем управління різноманітними державними сервісами. Такі сервіси можуть носити інформаційно-консультативний характер, або медичний чи рятувальний. Головне, що досвід створення подібних систем на базі мобільного зв'язку третього покоління і Web 2.0, широко використовується різними державами (США, Південна Корея, Японія, Фінляндія, Естонія та інші) і дає дуже високі результати реагування та гнучкості системи. Така модель позбавляє черг,

паперової роботи, що дозволяє зменшити кількість працівників державного апарату з одночасним збільшенням ефективності його функціонування.

Можна констатувати, що, не дивлячись на присутність досить амбітних ідей (на зразок національного покриття мобільного зв'язку четвертого покоління) на сьогоднішній день в контексті становлення інформаційного суспільства ми можемо помітити наступне:

1. Між регіональними та віковими категоріями користувачів Інтернету зберігається дисбаланс. Інтернет-аудиторія України і всі її тренди базуються в найбільших містах країни, серед населення яких тотальна більшість користувачів. Так само сьогодні Інтернет використовується переважно серед молоді. Частка людей, чий вік перевищує 45 років, становить тільки 18% українських користувачів. При цьому багато хто з них не використовують навіть десятої частини можливостей мережі.

2. Доступ до швидкісного Інтернету, що є на сьогоднішній день першочерговим завданням для різних країн і в цілому масштабним трендом, в Україні вкрай низький. Такі послуги в Україні знаходяться на порозі в 4%, тоді як середній світовий показник 7%.

3. Багато державних проектів, пов'язаних з розширенням сфери ІТ, непорівнянні з реальним рівнем підготовки населення і фахівців до таких змін. Більше того, при плануванні проектів не враховується реальна потреба населення в їх здійсненні та в їх інформаційному змісті у цілому. Так проект «відкритий світ», спрямований на розвиток 4G покриття, виявився нездійсненим на економічному рівні і не затребуваним на соціальному.

4. Спостерігається недостатність нормативних актів, пов'язаних з регулюванням і включенням елементів інформаційного суспільства в політичні програми. Так, не дивлячись на те, що представниками України ще в 2003 і 2005 роках були підписані угоди Женевського і Туніського самітів, пов'язаних з розвитком інформаційного суспільства, Український уряд все ще не визначив і відповідно не затвердив Стратегію розвитку інформаційного суспільства або Стратегію розвитку інформаційних технологій.

5. До 2016 року українським урядом не прийнято до розгляду та не затверджено ключові документи, які повинні спрацювати каталізатором швидкості переходу в суспільство інформаційного типу. Серед цих документів: Інформаційний кодекс України, Стратегія розвитку інформаційного суспільства. Так само не створена Національна система індикаторів розвитку інформаційного суспільства.

Таким чином, Інтернет сприяє розвитку інформаційного суспільства на території України і всього світу, але якщо в багатьох передових державах цей процес контролюється і є частиною державної програми розвитку, що дозволяє протікати йому відносно рівно, то в Україні за рахунок відсутності нормативних документів, які б сприяли розвитку інформаційного суспільства та підкреслювали б при цьому роль ІТ сфери в ньому, процес переходу в інформаційний тип суспільства відбувається стихійно. Цей процес демонструє неухильну позитивну динаміку, хоч і має вкрай невисокі показники. Ці завдання мають вирішуватись в оптимально короткий термін, бо від них багато в чому залежить ефективність всієї управлінської діяльності в державі та включення в неї суспільства.

3.2. Інтерактивні форми політичної комунікації.

Політична комунікація в цілому відрізняється від комунікації звичайної, тому що включає себе як соціальні, так і політичні процеси. Соціальними елементами політичної комунікації є наявність комунікативного простору, жива комунікація, якій властивий постійний прогрес, застосування всіх відповідних технічних інформаційних пристроїв, активну участь всіх акторів, в результатах чого формується діяльність.

Політичні елементи й комунікації в першу чергу пов'язані з публічним характером спілкування, який виявляється через суму трьох складових: самого політичного процесу, масовості комунікації та інформаційного обміну. Основним суб'єктом політичної комунікації виступає політичний

суб'єкт або ж об'єкти політики, інформаційні акції пов'язані в першу чергу з боротьбою за владу, а результатом комунікації є можливість впливати на політичне життя. Так само політична комунікація може носити глобальний наднаціональний характер.

У різних дослідженнях можна зустріти різні функції політичної комунікації, які відносяться до громадянського суспільства і політики. Серед всіх можна виділяти ряд основоположних:

1. Інформаційна функція, яка відповідає за поширення необхідної інформації про процес функціонування політики.
2. Регулятивна функція, яка дозволяє виробити найбільш ефективний метод взаємодії як між політичними силами, так і між політикою і громадянським суспільством.
3. Функція політичної соціалізації, яка відповідає за становлення норм політичної культури і діяльності.
4. Маніпулятивна функція, яка відповідає за формування певної громадської думки з того чи іншого політичного події
5. Функція політико-культурного обміну [13].

Зазначені функції політичної комунікації не виступають окремо, вони переплітаються утворюючи складну структуру, доповнюючи один одного. Їх реалізація необхідна для підтримки фундаментальної потреби політики: забезпечення згоди між тим хто керує і керованим.

Політична комунікація може бути двох видів - горизонтальною і вертикальною. Перша здійснюється між особами однаковими за політичним статусом, друга - між людьми різного політичного статусу.

Серед сучасних способів політичної комунікації можна виділити три основних:

- За допомогою ЗМІ - регулярної преси, політичної літератури та афіш. Це непрямий спосіб комунікації;
- За допомогою політичних організацій - через політичні партії та громадські зацікавлені групи;

- Комунікацію через неформальні канали зв'язку - особисте спілкування [137].

Не дивлячись на важливе значення всіх зазначених способів політичної комунікації, сьогодні найважливіше значення має як раз останній - неформальний. Чутки, анекдоти та політичні плітки, для багатьох людей є більш достовірним джерелом інформації ніж партія або ЗМІ. Але важливо що саме Інтернет є основою для поширення неформальної політичної комунікації в сучасності. І саме тому так важлива сьогодні інтерактивна комунікація в політиці - вона дасть можливість розвінчувати чутки і міфи.

Сучасні технологічні можливості дозволяють, здійснювати інформаційний обмін безпосередньо - інтерактивно, між політичним актором і його виборцями. Більш того для Інтернету обсяг інформації і відстань між суб'єктами комунікації не має значення, а ось складність інформації, що надходить - має. Графіки, діаграми, складні побудови, не можуть бути без спотворення перенесені в пресу і на телебачення, а ось Мережа Інтернет, дозволяє використовувати складну інформацію [10, с. 137].

Трактуючи комунікацію як акт і процес встановлення контактів між суб'єктами взаємодії з допомогою обміну інформацією, слід розглядати політичну комунікацію, відповідно, як створення, відправлення, отримання та обробку повідомлень, які справляють важливий вплив на політику в цілому і на політичну свідомість і політичну поведінку, зокрема. При цьому, наголосимо, що новітні інформаційно-комунікаційні технології змінили традиційну комунікацію: на зміну односторонній поступово приходить транзактна комунікація.

На думку американських вчених Д. Брайанта і С. Томпсона, інтерактивність (транзактність) характеризується як «зміна ролей – перехід до таких міжособистісних комунікаційних відносин, в яких кожна сторона може по черзі виступати в ролі відправника, одержувача або передавача інформації» [37, с. 395-396].

Дослідники вважають, що модель, яка являє комунікацію як інтерактивний процес, була вперше запропонована в 50-х роках XX століття Ст. Шрамом, який одним з перших підкреслив необхідність існування зворотного зв'язку і запропонував модель, де робиться акцент на поведінці учасників комунікаційного процесу. Поява моделі Ст. Шрама знаменувала собою відхід від спрощеного лінійного трактування політико-комунікаційних процесів, до моделі, що підкреслює спільне використання інформації комунікантами, взаємодіючими один з одним при передачі та отриманні повідомлення. Така циклічна модель являє комунікацію як інтерактивний і інтерпретативний процес, в якому комуніканти майже одночасно відправляють і отримують повідомлення [37, с. 26-27].

Д. Брайант і С. Томпсон довели, що, починаючи з 90-х років XX століття, важливим інтерактивним комунікаційним інструментом політичних кампаній і джерелом політичної інформації стає Інтернет. Інтерактивне Інтернет-спілкування вчені визначають як обмін повідомленнями в режимі реального часу, в залежності від програмного забезпечення шляхом передачі голосу, відеозображення або тексту [37, с. 345].

Для характеристики інтерактивного Інтернет-спілкування і діяльності в політичному дискурсі використовуються терміни «мережевий активізм» і «кіберактивізм». У більшості публікацій, ці терміни не несуть негативної конотації. Це - інформаційно-пропагандистська діяльність і організаційні дії для збору людей, засобів, створення співтовариств, лобіювання, здійснюване з використанням електронних комунікаційних технологій, таких як соціальні медіа (Twitter, Facebook, YouTube і т. п.), Електронна пошта і меседжер. Для прикладу, будь-який заклик, зібратися групою людей, для відстоювання історичної будівлі від зносу - це типовий приклад кіберактивізма.

Р. Мейнардус, регіональний директор по Близькому Сходу і Північній Африці ліберального Фонду Фрідріха Наумана «За Свободу», говорить про два основних підходи в оцінках політичного впливу Інтернету - які можна описати як оптимістичний і песимістичний. Представники оптимістичного

підходу до впливу інтернету на політичне життя стверджують, що нова технологія допомагає підвищити роль громадян у державних справах, сприяє демократії участі; відкритість Інтернету забезпечує нові можливості для політичної мобілізації і політичної участі. У контексті нашого дослідження, цей підхід може трактуватися і як визнання позитивного впливу Інтернету на формування політичної свідомості і політичної культури індивіда і суспільства.

Представники песимістичного погляду на вплив Інтернету на політичне життя суспільства стверджують, що цифрові технології не мають (і не можуть мати) прогресивного впливу на політику в цілому і на політичну свідомість і культуру, зокрема. Більш того, на їхню думку, Інтернет фактично збільшив розрив між відносно невеликою групою громадян, які цікавляться політикою і є активними в політиці, і більшістю політично неактивних громадян. В цілому, раціональне зерно є і в рамках першого і в рамках другого твердження. Вплив Інтернет технологій на політичне життя досить багатогранно і важко прогнозоване, а тому потребує більш детального вивчення.

Дослідник Інтернет технологій, в контексті їх впливу на політичну активність, Р. Мейнардус зазначає, що «засоби масової інформації мають вирішальне значення в поширенні інформації для громадян. Достовірна інформація є необхідною умовою для формування політичних поглядів - умовою для свідомої участі в політичному процесі» [177]. Значення цієї тези стає ще більш актуальним, оскільки сьогодні практично всі традиційні ЗМІ мають електронні аналоги в Інтернет-середовищі, стають більш доступними та оперативними джерелами, перш за все, політичної інформації.

У той же час, не можна погодитися з тезою, що Інтернет не збільшив кількість (а в деяких випадках і якість) наявної інформацією, як про це говорить, наприклад, Р. Мейнардус, посилаючись на досвід Німеччини: «Не існує ніяких доказів, що поширення політичної інформації в Мережі

призвело до поліпшення політичного інформування та освіти громадян» [177].

Адже кількість Інтернет-користувачів постійно зростає протягом багатьох років, серед більш молодих і освічених соціальних груп. І саме для молоді і людей, які потребують підвищення свого освітнього рівня, Інтернет стає важливим джерелом отримання інформації і знань. При цьому зрозуміло, не всі вони прагнуть отримати саме політичну інформацію, багато хто використовує Інтернет для особистого спілкування і розваг, але можливостей для її отримання через Інтернет набагато більше, ніж через традиційні ЗМІ. Особливо, коли мова йде про політичні комунікації політичних партій та державних структур [177].

Однак до 2021 року, цей розрив між групами населення, які черпають інформацію з традиційних ЗМІ і тих, хто користується Інтернетом, стрімко знижується.

Аналізуючи американський досвід формування політичної свідомості виборців на рубежі XX-XXI століття, Д. Брайант і С. Томпсон відзначають роль окремих інструментів інтерактивної комунікації, що спираються на Інтернет-технології: веб-сайти, які під час президентських виборів у США мали практично всі кандидати; новинні сайти як джерело інформації про хід голосування, під час підрахунку голосів багато новинних сайтів та електронних версій газет зафіксували рекордну кількість відвідувань. Опитування громадської думки, проведені Інститутом Геллапа після виборів, встановили, що 18% респондентів вважали Інтернет «надзвичайно важливим» джерелом інформації про голосування. Інше опитування виявило, що у порівнянні з виборами-2000 (1996 рік), більше ніж в три рази зросла кількість людей, які називали Інтернет головним джерелом інформації [37, с. 345].

Вчені на початку XXI століття відзначають серед сучасних комунікативних сервісів Інтернету, що грають важливу роль в політичному

житті суспільства, такі засоби комунікації як електронну пошту, соціальні мережі, блоги, веб-форуми, Інтернет-телефонію, RSS-канали і чати.

Особливо важливими інтерактивними засобами формування політичної свідомості, на нашу думку, сьогодні є соціальні мережі (англ. social network), їх кількість постійно збільшується, тому починають створюватися сервіси, що поєднують інформацію з декількох подібних сайтів одночасно. Кожен з таких інтерактивних засобів має свої особливості. Так блогам (англ. blog, від web log, «мережевий журнал або щоденник подій») притаманні короткі записи, відсортовані в зворотному хронологічному порядку, і вони орієнтуються на сторонніх читачів, які можуть публічно полемізувати з автором блогу. Веб-форуми є засобом організації спілкування відвідувачів веб-сайту, де окремо взята тема, по суті, є тематичною гостьовою книгою, яка дає можливість спілкування не в реальному часі [10, с. 138]. Це спонукає до більш серйозних обговорень, оскільки надає більше часу на обдумування відповіді. Чати (англ. chat – базікати) – засоби спілкування в режимі реального часу з допомогою обміну текстовими повідомленнями. Фахівці класифікують дану форму онлайн спілкування за різними критеріями її використання. Використання чатів поділяють наступним чином: all2all – групова комунікація (наприклад, IRC, Yahoo! Chat); p2p – персональні комунікації (наприклад, ICQ, Jabber, Skype, Yahoo! Messenger, AOL Instant Messenger), особисте спілкування; b2b – ділові комунікації: робота в групах; b2c – споживчі комунікації: підтримка клієнтів компанії на корпоративному сайті.

Кожен вид або група інтерактивної комунікації відрізняється специфікою впливу, але разом з тим має і спільні риси, що характеризують загальну стратегію впливу на людину і суспільство.

Таким чином можна виділити основні напрями впливу інтерактивної комунікації на формування політичної свідомості суспільства:

1. Здійснення комунікації за допомогою Інтернет-середовища формує принципово новий тип інтерактивної комунікації. Зазначені вище сучасні форми інтерактивної комунікації дозволяють:

- отримувати інформацію у відповідності з потребами;
- корегувати її в разі необхідності;
- в дискусії визначати сильні і слабкі сторони своїх політичних ідей і установок.

2. Сучасні комунікаційні сервіси Інтернету, підвищуючи рівень віртуальної інтерактивності, фактично аналогічні розмові двох людей, які обличчям один до одного спілкуються в реальному світі. Саме тому вони індивідуалізують комунікацію до такої міри, що можуть донести кожній людині, якої б величезної аудиторії це не стосувалось, інформацію, потребу в якій відчуває конкретний індивід і на основі якої формується індивідуальне усвідомлення світу взагалі і політичних процесів, зокрема [10, с.139].

3. Дослідники звертають увагу на зміни, що характеризують формування політичної свідомості народів світу в умовах формування інформаційного суспільства: поступово пріоритетними стають, зокрема, креативність, розширена (глобальна) комунікація. На цьому акцентують увагу П. Норріс і Р. Інглхарт в роботі «Космополітичні комунікації: культурне розмаїття в глобалізованому світі» [183].

4. Сучасні комунікаційні сервіси Інтернету, на думку вчених, фактично стають додатковим ресурсом для особистісної самореалізації. Об'єднання інформаційних мереж на основі Інтернету, мобільного зв'язку, телекомунікацій, сприяє виникненню інфосфери, яка має важливе значення для формування політичної свідомості і політичної культури. Американським дослідницьким центром «Pew research» були отримані такі дані:

- для 36% користувачів соціальні мережі «дуже важливі» або «досить важливі» для отримання політичних новин;

- для 26% користувачів вони «дуже важливі» або «досить важливі», коли розглядаються політичні питання, які важливі для них;
- для 25% користувачів соціальні мережі «дуже важливі» або «досить важливі» при обговоренні політичних питань з іншими;
- для 25% користувачів «дуже важливо» або «досить важливо» використовувати соціальні в пошуку інших людей, які поділяють їхні погляди з важливих політичних питань [187].

Можна погодитися з думкою, що завдяки інтерактивності, яка розширює свої можливості при використанні нових технологій, фактично переглядається традиційний механізм формування свідомості в цілому і, зокрема, політичної свідомості. Інтерактивні комунікації забезпечують більшу активність учасників комунікаційного процесу у виборі інформації, її відповідності особистим смакам та уявленням, вибір місця і часу для знайомства з нею, пошуку фактів на її підтвердження або спростування.

Ще одним проявом впливу інтерактивної комунікації на формування політичної свідомості суспільства є той факт, що «вплив Інтернету на масову свідомість його користувачів здійснюється шляхом формування нової політичної реальності. В рамках цієї реальності відбувається вироблення політичних уявлень іншого типу, ніж тих, які є у громадян, що не володіють можливістю користуватися сучасними Інтернет-комунікаціями» [39, с.12]. Дослідники говорять про основну відмінну спрямованість дії традиційних ЗМІ та Інтернету на масову свідомість – перші віддають пріоритет провладним політичним інституціям, партіям. Інтернет-ресурси, що спеціалізуються на політичній тематиці, формують комунікативну платформу, альтернативно інтерпретуючу сформовані політичні реалії. Вони звертають увагу, що в рамках такої платформи йде формування альтернативного опозиційного погляду на події в країні, політичні процеси, а також каналізування наявних протестних настроїв користувачів Інтернету [53].

Отже, аналіз впливу новітніх комунікаційних технологій на формування політичної свідомості і політичної культури показує кілька тенденцій:

1. Новітні інформаційно-комунікаційні технології сприяли активізації в політичному просторі транзактної комунікації.

2. Важливим інтерактивним комунікаційним інструментом, що впливає на формування політичної свідомості індивідів і суспільства на рубежі XX-XXI століття, став Інтернет і функціонуючі в ньому політичні та новинні сайти, електронні аналоги засобів масової інформації.

3. На початку XXI століття сучасними комунікативними сервісами Інтернету, що відіграють важливу роль у формуванні політичної свідомості, стали, на нашу думку, такі засоби політичної комунікації як соціальні мережі, блоги, веб-форуми, чати. Вони не тільки інформують громадськість про події та явища політичного життя, але і формують ціннісні орієнтації, політичні ідеї та норми поведінки людей в політичному просторі.

Важливо розглянути яким чином політика може інтерактивно комунікувати з електоратом, і що собою являє віртуальна політика взагалі. Віртуальну політику можна розуміти у вузькому і широкому сенсах. Вузький аспект - це симуляції діяльності держави в мережі. Тут мається на увазі що за допомогою віртуального простору влада може сформувати так звану «квазі-опозицію», яка на ділі ж буде представляти собою віртуальну конструкцію влади [39].

Широке тлумачення віртуальної політики, розглядає її безперервний процес створення та поширення політичної комунікації в віртуальному просторі, із застосуванням інтерактивних засобів обміну інформацією. Головне що суспільство з особливою готовністю використовує можливість інтерактивної політичної комунікації в Мережі, тому що це дає можливість індивіду впливати на хід політичного процесу, безпосередньо.

Так як у віртуальному просторі симулюються всі політичні практики, то перетворення мережі в засіб і середовище політичної боротьби відбувається досить швидко.

Інтенсивний розвиток інтернет-технологій, які весь час розширюють масштаби можливостей політичної участі постійно підштовхують громадян до регулярного, і що важливо динамічному контакту з політикою і державою.

Виходячи з цього інтерактивні форми політичної комунікації можна виділити в окрему сферу «мережевої політики», яка змінює публічний простір і має низку специфічних характеристик:

- Суворі ієрархічні системи в мережі не працюють, тому відбувається зміщення ракурсу до децентрованих мережевих структур;
- Зростає динаміка політичного процесу;
- Рівень невизначеності політичного процесу зростає, а можливість прогнозування результатів політичних дій - падає;
- Розвиваються «гібридні інститути» - співпраця і управління переноситься в Мережу.
- Зростає рівень і ступінь вираженості нетократії.

Розвиток прямої, динамічної інтерактивної політичної комунікації призводить до того, що традиційні форми зворотного зв'язку з громадянами повністю втрачають свою ефективність. Цікаво так само і те, що активна політична комунікація в Мережі, призводить до падіння довіри серед населення до політичних інститутів і офіційних джерел інформації. Так само в деяких країнах і регіонах спостерігається деполітизація. Однак, незважаючи на негативні тенденції саме Інтернет простір, який дає можливість інтерактивної політичної комунікації, може стати основою для демократизації українського суспільства.

Політичне життя в Інтернеті і бажання в ній вільно брати участь може розглядатися як політична зрілість і прямо свідчить про рівень політичної культури.

Розвиток інтерактивної комунікації в інтернеті йде по складному шляху проникнення суспільства у сферу політичних технологій. Багато в чому через те що вільне поширення політичної інформації в суспільстві є неконтрольованим з боку держави, то користувачам мережі надається

унікальна можливість розвитку прав і свобод, які можуть переноситися і в реальне політичне життя. Таким чином інтерактивна політична комунікація в Інтернеті, це не стільки засіб впливу на політичних акторів, але засіб для трансформації як політичної комунікації так і політичних технологій в цілому.

Актуалізувати політичну комунікацію держави можна наступним чином: оцифрувати владно управлінський процес, реалізувати на практиці «електронний уряд» і «електронну демократію», використовувати Інтернет-технології управлінцями і службовцями на всіх рівнях, підвищити комп'ютерну грамотність населення.

Така діяльність уже давно активно проводиться владними структурами. Можна привести в приклад доповідь ООН Global e-Government Survey 2012 - «Глобальне дослідження електронного уряду», де був складений рейтинг ступеня розвиненості електронного уряду різних країн. Важливо, що в Україні за рахунок дешевизни мобільного зв'язку та Інтернету цей рейтинг досить високий, і в цілому обходить багато Європейських країн, хоча індекс розвитку людського потенціалу, досить невеликий, в порівнянні з європейськими державами. Загальний індекс розвитку електронного уряду в Україні становить 0,7182, у Європи - 0,7188, в світі - 0,4882 (за рахунок держав без доступу до Інтернету). Індекс електронного участі у Україні 0,6579, а в Європі всього лише 0,3482 [160]. Ці дані дозволяють говорити, що розвиток електронної демократії в Україні просувається досить швидко і вона вже може суперничати з різними європейськими державами за цим показником.

Варто так само зупинитися на практиках і специфіці активної комунікації в Інтернеті між політикою і акторами громадянського суспільства.

Важливою складовою політичної активності в інтернеті є ті ентропійний характер: тобто кількість яка активно бере участь в політичних процесах осіб, росте за правилами геометричною прогресії. Це дозволяє зробити

висновок, що громадяни мають високий рівень прагнення брати участь в процесі управління державою. Член громадянського суспільства прагне розширювати кількість своїх політичних практик, які не повинні обмежуватися участю в обранні кандидатів. Однак ці тенденції, як показує практика, носять хаотичний порядок і не включені в ієрархічну систему цінностей громадян України. Однак в той же час можна назвати цю тенденцію синергетичною - і виходячи з цього говорити про поліваріантність взаємодії держави і суспільства.

Про це також побічно свідчить і рівень інтересу українців до політики. Так дослідження, проведене в 2012 році, продемонструвало, що українці, які активно користуються інтернетом, виявляють більший інтерес до політики, ніж ті, хто виходить в Мережу зрідка. Не дивлячись на те, що різниця не дуже велика, вона статистично значима: спорадичне використання мережі співвідноситься з 34% респондентів, які цікавляться політикою, тоді як активне використання інтернету пов'язане вже з 40% респондентів, які виявляють зацікавленість політичним життям держави, і висловилися, що використовують Інтернет для того щоб відстежувати політичну ситуацію [40]. У зв'язку з цим, можна говорити про те, що Інтернет в політичних цілях використовує досить невелика група зацікавлених громадян, але мобілізація та інтеграція їх дій здійснюється за допомогою інтернет-технологій.

Незважаючи на те, що Інтернет надає широкі можливості, зовсім неочевидно, що він є панацеєю, здатною позбавити від існуючих проблем. У зв'язку з цим, погоджуючись з П. Норріс відзначимо: «Політичний Інтернет функціонує швидше як спосіб додаткового залучення і так вже залучених в сферу політики громадян» [183]. Політичні комунікації в Інтернеті лише створюють віртуальне середовище, якусь форму для інтерактивного спілкування громадян, при цьому, не залучаючи автоматично абсентеїстів в політичний процес.

Отже, значення і роль Інтернету як фактора трансформації політичної комунікації полягає в наступному:

1. Перетворюються як традиційні канали та способи отримання інформації акторами, так і самі актори політичного процесу. Модифікація обумовлена ключовими особливостями Інтернету - інтерактивністю, мультимедійністю і оперативністю.

2. Реалізуються, як традиційні моделі комунікації, так і специфічні («багато-до-багатьох»), що існують тільки в віртуальному просторі.

3. Зростаючі запити інформаційного суспільства привели до використання державою інфраструктури Інтернету, і, як наслідок, до створення платформ «електронного уряду» і «електронної демократії».

4. З'являється можливість симуляції політичної діяльності.

5. Відбувається гомогенізація комунікаційного простору і побудову горизонтальних зв'язків між політичними акторами.

6. Інтернет нівелює соціальну ієрархію користувачів, що для політичних комунікацій є важливим фактором підвищення активності акторів.

7. Багатомірний віртуальний простір, що поєднує вербальні і невербальні форми комунікації, дозволяє індивіду оптимізувати участь в політичному процесі.

Модифікація політичної комунікації дозволила інтернет-аудиторії бути не просто спостерігачем політичного процесу, але і його повноправним членом, що збільшує легітимність влади та сприяє побудові довірчих відносин між державою і суспільством.

В Інтернеті як сформованому політичному інституті традиційна структура подачі семантичної інформації видозмінюється. Оскільки інформатизація і демократизація української держави є актуальною політичним завданням, простір інтернет-комунікацій стає ареною для вироблення консолідованої політичної позиції влади і суспільства. Комунікаційні особливості Інтернету дозволяють здійснювати легітимний політичний дискурс суспільства з владою.

У контексті сучасної української дійсності, політична комунікація, виступаючи способом, засобом існування і трансляції політичної культури, в

свою чергу, може стати фундаментом демократизації взаємодії держави і громадянського суспільства.

Постійна трансформація політичної комунікації і збільшення частки впливу громадської думки в ній, приводить до того, що відбувається якісний перехід в системі державних відносини. Абсолютна законодавча роль держави, контролює всі сфери життя суспільства, поступово трансформується в партнерські взаємини між суспільством і державою, де вплив держави на життя індивіда і на соціальну сферу, має бач погджено з населенням. Таким чином, формується компромісний варіант взаємин.

3.3. Феномен віртуальних форм суспільної самоорганізації

Сама ідея про те, що громадські системи схильні до самоорганізації, є досить новою. Саме в сучасному світі серед наукової спільноти відбулося усвідомлення того факту, що багато з соціокультурних явищ і навіть спільнот народжуються непомітно, а розвиваються спонтанно і дуже швидко, і усвідомлюються як реальні соціокультурні феномени досить несподівано для спостерігача. Тобто величезна кількість соціальних феноменів мають не жорстко детерміновану, а спонтанну природу. Соціальні системи які самоорганізаються визначають життя індивідів, здійснювані ним вибори, детермінують їх поведінку і вибір засобів для досягнення конкретних цілей. В цілому уявлення про самоорганізацію соціальних систем було запропоновано синергетичним напрямком, і в даний момент робляться спроби перенесення знання про самоорганізацію суспільства в рамки посткласичної науки, яка намагається ширше поглянути на регулятивні можливості соціуму, і застосовувати ці можливості, для загального блага, в тому числі і в політичних науках. Дослідження параметрів самоорганізації, може допомогти впливати на структуру самоорганізованих соціальних явищ.

Поглиблення в синергійний підхід, дозволяє пояснити чому, не дивлячись на те, що в індивідуалізованому сучасному соціумі, де кожна

людина діє виходячи з власних інтересів, які мають унікальну природою, хаотичні дії різних людей, призводять до утворення спільноти, яка має свої центральними ідеями і відстоює конкретні інтереси.

В рамках досліджуваної проблеми, ми зосереджуємо свою увагу на інформаційній стороні суспільства, і на неінституціональних формах розвитку суспільства в віртуальному світі - доменах.

При цьому варто пам'ятати, що віртуалізація особистості і створювані їй образи, можуть впливати на зміст цілей самоорганізованого віртуального суспільства, про що багаторазово пише Е. Гуссерль (Гуссерль називає те, що у сучасному світі стало віртуальністю "тимчасовою формою темпоральної суб'єктивності") [32, с. 80].

При цьому комунікативні можливості віртуальності перевершують всі інші. Важливо звернути увагу на такі комунікативні якості віртуальності, про які писав ще О. Тоффлер: «найбільш революційні риси способів комунікації полягають у тому, що більшість з них інтерактивні - дозволяють кожному індивідуальному споживачеві створювати образи і посилати їх так просто, як отримувати їх ззовні» [128, с. 305].

У розумінні віртуальності, з точки зору на її комунікативні функції, увагу звертає думку О. Тоффлера про те, що «найбільш революційні риси способів комунікації полягають у тому, що більшість з них інтерактивні - дозволяють кожному індивідуальному споживачеві створювати образи і посилати їх так просто, як отримувати їх ззовні» [128, с. 305].

Індивіди прагнуть об'єднатися в групи, які б мали загальну для всіх учасників мету. Цей процес називається самоорганізацією. В рамках громадської організації самоорганізовані групи створюються з метою задоволення індивідуальних специфічних потреб, із-за необхідності захистити свої права або інтереси. Формами самоорганізації в сучасному соціумі є політичні партії та громадські об'єднання, структури, які займаються громадським або територіальним управлінням; наукові

спільноти, клуби за інтересами та інші об'єднання, створені за бажанням учасників, на засадах спільної мети або інтересів.

Інформаційне суспільство дає нові можливості для здійснення самоорганізації, що вносить зміни в існуючий соціогенез. Відбуваються процеси глобалізації всіх сфер діяльності людини: культури, політики, економіки, освіти та науки, техніки і технологій; глобалізація проникає у відносини між різними релігійними конфесіями тощо. Мережеві можливості Інтернету по створенню віртуальної реальності, як нового простору для людської діяльності, відкривають безліч нових можливостей для вільної самоорганізації індивідів у групи. Очевидно, що як і у будь-якого іншого масштабного процесу, віртуальна самоорганізація має очевидні позитивні і менш очевидні негативні сторони. Проблеми пов'язані з віртуальною самоорганізацією криються, насамперед, у розвитку міжнародного тероризму, маніпуляції свідомістю людей, можливостях руйнування моральних орієнтирів конкретних груп людей. Віртуальність дозволяє легко приховувати обман, з чого і слідують всі перераховані проблеми.

Віртуальний простір дозволив в останні роки з'явитися таким новим явищам як електронний обіг документів, електронні торги і процеси купівлі-продажу, ін. Все це відбувається за принципом «Одного вікна» [74].

Самоорганізація в соціальному середовищі передбачає, що індивіди можуть вільно обмінюватися важливою для них інформацією, думками, засобами в рамках самоорганізованої системи; можуть залагоджувати конфлікти, спільно обговорювати альтернативи, узгоджувати інтереси. Подібні процеси довгий час відбувалися виключно при особистій зустрічі, коли у учасників розмови або угоди є можливість бачити свого партнера. Таке спілкування має всі ознаки особистісного, а тому його результати залежать від характеру, темпераменту і системи цінностей учасників. У самоорганізованій групі чи структури, як у будь-якого об'єднання людей, є внутрішня нормативна система поведінки, яка може відрізнятися від загальноприйнятої, але передбачувана. При публічному представленні в

такій системі немає індивідуальностей – все узагальнюється і зводиться до думки групи. Особисті інтереси представляються спільними інтересами, адже самоорганізація тому і відбулася, щоб виділити певний інтерес або відстояти певне право. Це полегшує комунікацію і підвищує рівень прогнозованості результату.

Нова інформаційна культура, використовуючи комп'ютерні технології, дозволяє перенести всі специфічні риси самоорганізації у віртуальний простір, в якому цих специфічних особливостей стає більше. Особисте спілкування групи в рамках віртуального простору замінюється обміном інформаційними повідомленнями і образами, які несуть певний семантичний зміст. Частка такої самоорганізації зростає, особисте знайомство не обов'язково. Більш того, причина, по якій відбувається самоорганізація індивідів у групу, може мати смисловий зміст виключно у віртуальному просторі, і не стикатися з дійсністю. З одного боку, окрема людина отримує в рамках віртуальної самоорганізації абсолютно нові права і можливості для того, щоб індивід виявляв свої наміри, з іншого ж боку, віртуальний світ не окреслений чіткими кордонами і не має особливих правил етикету спілкування та співіснування.

Спілкування у віртуальному просторі в рамках самоорганізації змушує абстрагуватися від реальності і узагальнювати різні пропозиції для досягнення компромісу. З одного боку, практика абстрагування дозволяє набагато краще і швидше пізнавати навколишню дійсність і дозволяє скласти швидко картину того, що відбувається. З іншого боку, картина життєвого світу людини і реальної ситуації, в якій знаходиться він сам, співтовариство, до якого він належить або навіть його держава, втрачає індивідуальність. Спрощується характер спілкування. Використання значного обсягу інформаційних повідомлень хоч і допомагають раціонально скоротити час набору інформації, але спрощують людські відносини на рівні психологічної установки ставлення до іншої людини.

Існує ряд методів подання життєвих ситуацій в умовах самоорганізації та її правового регулювання. Це, наприклад, динамічний підхід школи Курта Левіна [76]. Цей дослідник визначав наскільки ті чи інші динамічні концепції організації і самоорганізації вірні не на рівні теоретичних побудов, а при реальній роботі з групами. Саме Курт Левін використав метод аналізу вражень учасників групи, який передбачає, що реальна користь самоорганізації не може бути оцінена ззовні. Користь самоорганізації може бути оцінена тільки учасником групи. Відповідно, думка учасника є найважливішою одиницею аналізу.

Інформаційні технології мають можливість впливати на те, як люди гуртуються між собою і на те, які поняття використовують. Саме тому у вивченні інформаційних технологій корисний глибокий феноменологічний підхід до явищ, який сформулював Едмунд Гуссерль [31]. Досліджуючи різні явища він вважав, що важливою частиною аналізу є інтуїція, а тому не можна розглядати групу людей виключно за їх раціональними вчинками, результативніше буде аналізувати їх свідомість.

Досліджуючи самоорганізації в віртуальному просторі, варто пам'ятати, що вона щільно пов'язана з інформаційним повідомленням, яке наповнене сенсом. Варто приділяти увагу тому, що варто називати людським фактором - емоційне наповнення інформаційного повідомлення. В контексті самоорганізації слід пам'ятати, що вона, будучи продовженням ключових взаємодій, «не може виконувати функцію рушійної сили поступального розвитку матерії без участі інформації, з якою вона тісно пов'язана» [115, с. 76].

Самоорганізація у віртуальному просторі є соціальною системою, бо складається з людей і керується ними. А у будь-якої соціальної системи є безліч варіантів її розвитку і функціонування. Все залежить від її вибору в певній точці біфуркації. Після проходження цієї точки система переходить у якісно новий стан. У цьому процесі не останню роль відіграє випадковість. Відповідно, інформаційне суспільство майбутнього і верховенство в ньому

інформації та віртуального простору – це лише один з можливих варіантів розвитку подій. Зараз взаємодія в суспільстві має характер інформаційних, при цьому важлива риса полягає в тому, що незначні матеріальні витрати на здійснення цієї взаємодії здатні спричинити рішення, що обумовлюють незрівнянно більш значні матеріальні наслідки» [71].

Але, щоб на шляху самоорганізації індивідів у групи не виникало катастроф і проблем, необхідно вирішити питання, пов'язані не з технологічною стороною самоорганізації, а з її розумінням на індивідуальному рівні і з її правовим регулюванням. Основні завдання можна сформулювати наступним чином:

1. Необхідно зруйнувати протиріччя, яке утворюється між абстрагуванням у віртуальній самоорганізації, досягненнями групи і потребами окремо взятої людини.
2. Необхідно забезпечити можливість вільного морального і духовного змісту самоорганізації у віртуальному просторі для кожної людини, яка бажає самовираження або збирається відстоювати свої інтереси.
3. Необхідно реалізувати завдання духовного відтворення культури в рамках соціального життя людей, на базі глобальної інформаційної мережі. На сьогоднішній день поки що очевидно, що ті процеси, які проходять як самоорганізація групи в мережі, по суті ідентичні побудові інформаційного суспільства.

Якщо самоорганізація у віртуальному просторі пройде успішно, це призведе до того, що суспільство стане більш складною соціальною системою, а більш складні системи володіють великими можливостями по зберіганню інформації.

Звертаючись до процесів самоорганізації у віртуальному просторі необхідно позначити роль національного сегмента інтернету у функціонуванні суспільного життя. Очевидно, що самоорганізація українців у віртуальності відбувається на цій базі. Тим не менш, поки цей сегмент

залишається елітарним і стратифікованим середовищем, в якому домінують користувачі, з великим розривом між великими містами і сільськими районами. Таким чином, існує розрив між самоорганізацією людей в реальності і віртуальності.

Крім того, на сьогоднішній день Інтернет в цілому і соціальні мережі, зокрема, в Україні є відносно вільними. Самоорганізація в Інтернет-просторі в Україні не утискається так, як це відбувається, наприклад, в Російській Федерації чи Республіці Білорусь.

Більш контрольованим є, наприклад, телебачення. Хоч йдеться не про політичний тиск, а про належність каналів певним групам, що визначає стиль мовлення та ідеологію. Треба зазначити і те, що на відміну від Китаю і Ірану, які застосовують технічні системи фільтрації Інтернет-контенту, за даними Ініціативи «Відкриті мережі» (ONI), Україна не бере участі в технічній фільтрації «першого покоління» Інтернет-контенту.

В рамках феномена самоорганізації суспільства в віртуальному середовищі важливо звернутися до проблем розподілу соціального капіталу в віртуальній культурі.

Півтора десятка років тому стало очевидно, що форми соціального капіталу можуть носити не тільки фактичний, а й віртуальний характер, і тоді ж стало очевидно, що віртуальний соціальний капітал потребує додаткових дослідженнях. «Електронний, мережевий соціальний капітал існує і функціонує таким чином, що відрізняється від інших видів соціального капіталу» [174, с. 114]. Ця теза дослідника Дж. Літтау багато в чому схожий з дослідженнями Е. Камара, Н. Ю. Елісона і Ч. Стенфилд. Всі зазначені фахівці в першу чергу займалися вивченням архітектури соціальних мереж і блогів, і аналізували формальні характеристики соціального капіталу, який формується в віртуальності. На сьогоднішній день все дослідження сконцентровані на соціальних взаємодіях в таких сайтах як «Facebook», «Twitter», «Mail».

Очевидним також є факт, що традиційні способи підтримки комунікації базуються на досить «повільних» способах передачі інформації, а так само забезпечують лише «короткі», акти комунікації [78]. Тобто зв'язок між соціальними акторами вельми обмежена географічно і фізично. Цей очевидний факт породжує особливості соціального капіталу: вербальний спосіб спілкування передбачає, що люди які підтримують контакт повинні знаходитися поблизу один від одного. Географічна близькість сприяє тому, що члени комунікаційної системи є, найчастіше, представниками однієї культури, носіями однієї мови, а так же часто - знаходяться на одному рівні економічного добробуту та належать до одного соціального прошарку. Тобто традиційний соціальний капітал формується на базі людей одного положення, з досить простою схемою побудови зв'язків.

Віртуальний же соціальний капітал, будується на комунікації людей швидше, схожих інтересів, але не обмежує їх географічно, економічно і культурно. Тобто середовище в якій він формується, є дігальною [78]. Мова йде не тільки на взаємодію шляхом комунікації в мережі Інтернет, а й про мобільний зв'язок (яка втім, сьогодні так само невіддільна від Інтернету). Тобто віртуальний соціальний капітал, може існувати тільки в просторі Інтернету та мобільного зв'язку. Географічні обмеження знімаються, що веде до того що віддаленість будь-якого з донорів соціального капіталу, не має принципового значення. У межах однієї держави, і з поправкою на політичну активність, це веде до того, що представники різних соціальних верств населення, отримують можливість підтримувати стійкі віртуальні зв'язки з представниками інших соціальних верств, вислуховувати альтернативні, прийнятому в їх колі, думки про політичну ситуацію і політичних кандидатах. Це формує неповторні умови для формування громадської самоорганізації, тому що дозволяє існувати плюральності думок і розширює погляд кожного з комунікаторів на обговорювану проблему. Так само варто сказати і про тимчасові фактори - комунікація в Інтернеті, вимагає менше витрат часу, дуже динамічна, а потім процес формування соціальних зв'язків

значно прискорюється. Тобто для того щоб один індивід сформував повноцінний коло спілкування, в віртуальності потрібно в десятки разів менше часу ніж в реальності. Так само всередині віртуальних мереж, учасники самоорганізованої спільноти, можуть швидше реагувати на зміну соціально-політичної атмосфери, обговорювати плюси і мінуси змін і таким чином члени спільноти швидше формують свою думку з багатьох питань в віртуальності, тижні в реальності.

Досить актуальним прикладом, є набирає все більшої популярності різновид маркетингу, це так званий соціальний-медіа-маркетинг, який часто зустрічається в дослідженнях, під аббревіатурою «SMM». В першу чергу він почав використовуватися для реклами товарів і онлайн-послуг, однак його можливості та ефективні результати, виявилися вельми перспективними, тому він активно використовується для реклами не тільки товарів, але і політичних кандидатів та партій. Головний принцип роботи соціального медіа-маркетингу - це створення комфортного середовища для спілкування: створення соціальних груп або мереж, в яких запрошуються індивіди зі схожими групами інтересів. Однак, крім інформаційних повідомлень розважального характеру в таких групах присутній і реклама, прихована або ж цілком реальна. У соціальних мережах є безліч груп, відвіданих політиці, де крім обговорення політичних проблем держави, можуть активно просувати різних кандидатів за грошову винагороду. Очевидно, що успішність соціального медіа-маркетингу повністю залежить від сформованого віртуального соціального капіталу. Так, наприклад, успішність і прибутковість каналу відеоблогера на відеохостингу «YouTube», залежить не стільки від кількості переглядів відео, скільки від активності його груп і співтовариств в соціальних мережах, де просувається рекламна продукція та підтримується постійний інтерес до каналу. Для багатьох офіційних ЗМІ в останні 5 років, це стає так само актуальним трендом. Так само і успіх того чи іншого політика на державній або міжнародній арені, багато в чому

залежить від того, наскільки повноцінно він використовує можливості віртуального капіталу [81].

Однак на даний момент, в Україні віртуальний соціальний капітал, зазвичай конвертують в економічний капітал. З одного боку - це ознака прогресивного суспільства. З іншого боку, процес використання потенціалу віртуальної соціальності, вельми суперечливий. Часто трапляється так, що віртуальний соціальний капітал є зручним шляхом для збагачення недобросовісних підприємців, що можливо через недостатню обізнаність третіх осіб. Основні сфери обману - це сумнівні товари і послуги. Товари можуть бути просто неналежною якості, а ось небезпека неякісних послуг значно вища - екстрасенси, магічні ритуали, тренінги і семінари, які обіцяють навчання або успіх, проте видути некваліфікованими фахівцями або шахраями. Більш того в мережі Інтернет можна зіткнутися з оголошеннями про продаж заборонених препаратів і наркотиків. Виходячи з цього і політична інформація, а так само новини, які надходять користувачеві в Мережі, або навіть стають популярними серед його соціальної віртуальної групи, може бути шахрайської, неякісної або зовсім помилковою, що визначається в мережі терміном «фейк».

Важливо зауважити, що важливим аспектом у формуванні віртуального соціального капіталу, крім рівня довіри, є потенційна або реальна відкритість соціальних агентів. «Інформаційне суспільство, його сталий розвиток і успішне ефективне функціонування в усіх сферах життєдіяльності має бути засноване на єдиному спільному ціле покладанню, за допомогою правових норм, і універсального принципу транспарентності державного управління» [75].

Найважливішою базою для формування віртуального соціального капіталу в різних суспільних системах, є формування комунікативної компетенції, якій сприяє вироблення стійкої етнічної системи, яка може регулювати взаємодії на різних рівнях віртуального соціального простору: етнічна система є базою для нормативної регуляції і регламентації правил

загального етикету. Згодом віртуальне соціальне співтовариство виробляє свої негласні норми поведінки.

Віртуальний соціальний капітал може розвиватися тільки в умовах коли першорядне значення для індивіда набуває не стільки факт самого комунікативної взаємодії, скільки така комунікація, яка призводить до взаєморозуміння і спонтанно призводить до підвищення культури спілкування, до розширення світоглядних акцентів, а так само рівня загальної освіченості. Саме тому віртуальний соціальний капітал, як придбання самоорганізованої спільності в віртуальному просторі, так важливий для розвитку громадянського суспільства, і багато в чому призводить до лібералізації поглядів окремих індивідів.

На даному етапі тимчасового розвитку можна виділити кілька форм віртуального соціального капіталу, які властиві самоорганізованим віртуальним спільнотам. В першу чергу це згуртованість групи, потреба у взаємодопомозі, відновлюванність контактів, загальна тенденція до чуйності, а так же (в меншій мірі) перенесення віртуальних контактів в реальну суспільну життя.

В кінцевому підсумку сам віртуальний соціальний капітал, можна позначити як ресурс, який визначає стійкість комунікативних зв'язків і контактів, в просторі соціальної віртуальності. Важливість віртуального соціального капіталу полягає в його потенційні можливості регулювати комунікативну систему, знижувати е агресивність, за рахунок націленості на взаєморозуміння і взаємна довіра.

Все вищесказане підштовхує наше дослідження до висновку, що віртуальний соціальний капітал відіграє важливу роль не тільки в побудові нового інформаційного суспільства, а й в побудові громадянського суспільства та активізації бажання індивідів брати участь в політичному житті держави або міжнародного союзу держав. Метою будь-якого інформаційного обміну в рамках віртуального соціального капіталу, є поступове зігрівання соціально-комунікативної системи, яка буде нівелювати

інфляцію віртуального соціального капіталу при його конвертуванні в реальний.

Безумовно, Інтернет-комунікації є формою самоорганізації, тоді як зміст віртуальної взаємодії і спілкування може бути різноманітним — від спортивної до екологічної чи культурологічної (захист пам'яток, історичної забудови, контроль якості проведення Зовнішнього Незалежного Тестування чи будь-які інші теми.). Саме в Інтернет-середовищі формуються політичні протести, або навпаки політичні симпатії, які можуть переміщатися з віртуального простору в реальний. В такий спосіб інтернет-комунікація підвищує рівень політичної активності соціуму і, разом з тим, створює платформу співпраці між державою і суспільством.

Висновки до 3 розділу.

Дослідження інноваційних технологій формування політичної свідомості демонструє одну найважливішу деталь, яка об'єднує всі нові технології - це інтерактивність комунікаційної взаємодії. Багато в чому це стало можливим завдяки мережі інтернет, соціальна взаємодія в якій визначається такими особливостями як: молодий вік (до 45 років) переважної більшості активної аудиторії; превалювання міського населення; загальна неготовність фахівців адміністративного ресурсу до проєктів державних нововведень; недостатність законодавчої бази для регулювання мережі; недостатність уваги держави.

В Інтернеті як сформованому політичному інституті традиційна структура подачі семантичної інформації видозмінюється. Оскільки інформатизація і демократизація української держави є актуальним політичним завданням, простір інтернет-комунікацій стає ареною вироблення консолідованої політичної позиції влади і суспільства. Комунікаційні особливості Інтернету дозволяють здійснювати легітимний політичний дискурс суспільства з владою.

Мережа Інтернет дозволяє широко використовувати потенціал громадянської самоорганізації через накопичення віртуального соціального капіталу. На даному етапі розвитку можна виділити кілька форм віртуального соціального капіталу: згуртованість групи, потреба у взаємодопомозі, відновлюваність контактів, загальна тенденція перенесення віртуальних контактів в реальне суспільне життя.

В кінцевому підсумку сам віртуальний соціальний капітал можна позначити як ресурс, який визначає стійкість комунікативних зв'язків і контактів в просторі соціальної віртуальності. Важливість віртуального соціального капіталу полягає в його потенційній можливості регулювати комунікативну систему, знижувати її агресивність за рахунок націленості на взаєморозуміння і взаємну довіру.

РОЗДІЛ 4

ЗДОБУТКИ ТА ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ПРАКТИЦІ УКРАЇНИ

4.1. Інноваційні технології функціонування інститутів державної влади.

Сутнісні характеристики державної влади і управління, в рамках їх освітлення через призму інноваційної діяльності, у змозі забезпечити розглядом процесів модернізації, які відбуваються в Україні за останні роки. Державна влада і управління, обумовлюють свій інноваційний розвиток через концепцію соціальної модернізації. Ця концепція є джерелом не тільки розвитку теорії державної влади, а й забезпечує вирішення низки практичних завдань.

За допомогою інтерпретації концепції соціальної модернізації в рамках проблем, які виникають в системі державної влади з'являється можливість визначити два основних джерела інноваційної діяльності інститутів державної влади. В першу чергу джерелом інновацій служить саме управління інноваційними процесами. Інститути державної влади беруть участь в управлінні багатьма принципово новими проектами, і в процесі управління неминуче черпають з них інноваційні стратегії. Більш того, для інститутів державної влади участь в управлінні інноваційними процесами є пріоритетним завданням. Цьому аспекту функціонування державної влади з однаковою інтенсивністю приділяють увагу як українські, так і західні дослідники. По-друге, інновація може бути первинною саме в функціонуванні роботи інститутів державної влади. Якщо в першому випадку джерело передачі інновацій проектується від низу до верху, то в другому випадку проекція відбувається зверху вниз.

Саме тому в межах концепції соціальної модернізації інститути державної влади як суб'єкт і об'єкт інновацій стають основою системних ринкових трансформацій українського соціуму. «Оскільки на органи

державної влади покладено завдання з регулювання інноваційних процесів, то і система державної служби, і державні службовці теж виступають суб'єктами інноваційної діяльності, разом з іншими учасниками відкритого ринку вони стають своєрідним «інноваційним підприємством» [36, с. 176]. А ось можливість бути конкурентоспроможними державними інститутами, і, отже, економічна ефективність від їх роботи залежить від ролі людського фактора, позитивного і ефективного менеджменту як головного елемента інноваційної культури і компетентних співробітників державної служби.

Тобто будь-які інноваційні зміни у функціонуванні інститутів державної влади так чи інакше залежать від рівня професіоналізму співробітників, які складають основу влади, а також від їх готовності до інновацій як таким.

Так, наприклад, один з найбільш сучасних варіантів функціонування інститутів державної влади за допомогою інтернет-комунікацій, приживається в Україні, не дуже швидко. Розвиток електронної демократії в світі відбувається нерівномірно - найбільшого успіху на цьому терені досягла західна Європа на чолі з Євросоюзом, що знайшло відображення в Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи з електронної демократії 2009, яка стала першим міжнародним документом, який би описував електронну демократію і її можливості [114].

Використання «електронної демократії» як політичної технології, не тільки підвищує лояльність громадян до такої прозорої системи, але і дозволяє реалізовувати громадянські ініціативи для зміцнення політичного впливу. Більш того, електронна демократія привертає громадян в прийняття політичних рішень, зміцнює вертикальну комунікацію, дозволяє пробиватися ініціативи «знизу». Звичайно в різних суспільствах все це може призводити до маніпулювання свідомістю - приймаючи і реалізуючи ініціативи які не потребують колосальних ресурсів, політичні партії і уряди просто без втрат ресурсів підвищують рівень довіри до себе.

Спираючись на існуючі стандарти, сформульовані експертами Ради Європи, можна дати визначення електронного голосування. Електронне

голосування – це голосування на виборах чи референдумі, яке було здійснено за допомогою використання електронних і комп'ютерних засобів, щонайменше, використовувався електронний підрахунок голосів, замість ручного, який дає досить високу ступінь похибки, що не відповідає сучасним вимогам проведення виборів [157]. Електронні засоби голосування можна розділити на дві великі категорії:

1. Голосування шляхом використання мережі Інтернет. При такому варіанті голосування громадянину немає необхідності залишати своє житло, або робоче місце, немає необхідності відстоювати чергу за виборчим бюлетенем. Громадянин виходить в мережу через персональний комп'ютер, ноутбук або інший електронний засіб зв'язку, використовуючи свої особисті дані, реєструється на спеціальному, захищеному ресурсі, після чого приступає до процедури голосування, використовуючи свій особистий пароль.

2. Голосування за допомогою електронного терміналу, який повинен бути встановлений на території виборчої дільниці, або ж місця громадського користування. Такі термінали зменшують кількість фізичних осіб, які беруть участь в організації голосування, але є не таким зручним засобом голосування, як особистий доступ до системи реєстрації голосу. Такий спосіб, тим не менш, досить прогресивний, і що важливо, досить наближений до реалій нашої держави, де просто голосування в Інтернеті за допомогою веб-сайту може сприйматися дещо негативно у певної групи населення, в першу чергу – у старшого покоління, які вважатимуть, що вибори, які проходять таким чином, просто не можуть бути чесними і справедливими.

Враховуючи, що в будь-якій достатньо розвиненій, в демократичному відношенні країні, вибори повинні бути основною частиною політичного життя, увага до стратегій і можливостей їх вдосконалення і залучення до участі в них більшої кількості людей є досить актуальним питанням. Вибори демонструють свободу волевиявлення цілої нації, це єдиний законний,

конституційний спосіб сформувати не тільки вищі органи політичного управління, але і органи місцевого самоврядування на будь-якому рівні. Вибори ґрунтуються на можливості вільного вибору, який не буде нічим обмежений, крім норм проведення виборчих кампаній і не повинен здійснюватися примусово. Розвиток інтернет-голосування допомагає, з одного боку, втілити саме ідеалізоване розуміння виборчого процесу.

Таким чином, ми з'ясували, що в рамках процесу вдосконалення виборчого процесу, основною тенденцією є його інформатизація і автоматизація, що в цілому відповідає загальній тенденції розвитку людства. Бюрократизація суспільства багато в чому гальмує цей процес. Платіжні системи, Інтернет-магазини, аеропорти і багато інших організацій, вже продемонстрували досвід успішного і анонімного ведення справ, пов'язаних з використанням особистих даних. Більш того, в рамках торгівлі бере участь і електронний обіг грошей, що робить комерційні системи використання особистих даних навіть більш складними, ніж ті, які потрібні для здійснення електронного виборчого процесу. Проте, для повної автоматизації цього процесу далеко навіть в самих прогресивних державах, існуючих в світі. При цьому причини можуть бути різні: як намагання зберегти певні маніпулятивні важелі впливу на виборчий процес, так і побоювання несанкціонованого втручання в електронні системи, хакерських атак,

Якщо ж звернутися до питання електронного голосування з точки зору правових норм, то побоювання викликають дотримання конституційних прав громадянина, які гарантовані йому Конституцією при виборчому процесі. Серед цих прав анонімність голосування, гласність і підсумкова достовірність підрахованих результатів.

Суть таємного голосування зводиться до того, що будь-який громадянин має право таємно проголосувати за обраного ним кандидата, таким чином, щоб ні у кого не було можливості дізнатися, за кого він голосував, не до дня виборів, ні після нього. Це право захищає інтереси особистого вибору, адже навіть найближче оточення може тиснути на громадянина, якщо дізнається

про те, що його голос суперечить їхнім поглядам або інтересам. Більш того, голосування має бути табуовано таємним, тобто таким, при якому ні в кого не просто не буде можливості дізнатися, за кого віддав голос той чи інший виборець, але навіть такі спроби повинні перебувати під суворою заборобою. Тільки так може бути реалізована повна свобода вибору і анонімність голосування.

Міжнародна практика організації державного управління показує, що бажання захистити суспільство від впливу зовнішньої інформації сприяє зниженню стабільності і стійкості державного управління. Завдяки впровадженню сучасних інформаційних технологій можна вже зараз говорити про цілісність інформаційної сфери, яка розвивається відповідно до розвитку суспільства. Інформаційна сфера: політична, економічна і соціальна - це перш за все засіб реалізації державної політики. Від того, наскільки вона розвинена, залежить відкритість держави і ступінь зрілості громадянського суспільства.

На стадії активного економічного зростання, яку проходить зараз наша країна, дуже важливо приділяти особливу увагу інформованості населення, і в першу чергу молоді, щодо реалізації державної політики.

Використання сучасних інтернет-технологій істотно розширює можливості державного апарату по взаємодії з молодіжною аудиторією та населенням в цілому, формуванню активної громадянської позиції підростаючого покоління і позитивного іміджу нашої країни в очах всього світу.

Одержання відкритої і достовірної, а також своєчасної інформації на веб-ресурсах державних структур дозволить різним категоріям громадян відчувати себе причетними до політики держави.

Впровадження інтернет-технологій в діяльність державних органів стало одним з пріоритетних напрямків інформаційної політики багатьох держав. Очевидно, що їх використання здатне істотно підвищити ефективність і якість обслуговування населення, забезпечити відкритість

державної влади та надати можливість громадського контролю над діяльністю державного апарату. Реальне забезпечення прав громадян на одержання відкритої інформації є одним з найважливіших умов розвитку правової держави.

Офіційні сайти державних органів в найближчому майбутньому повинні зайняти місце основного джерела достовірної офіційної інформації про діяльність. Зробити такий висновок дозволяє досвід розвинених країн, де інформаційні технології знаходяться на більш високому рівні розвитку.

Державні інформаційні ресурси мають найбільший попит в суспільстві, і саме держава є власником найбільшого обсягу соціально-значимої інформації. В Україні багато відомств, особливо ті, що мають бути лідерами в області інформованості населення, грішать публікацією неповних і неточних даних. Спотворене надання даних державної статистики або офіційних текстів законів України порушує умови інформаційної відкритості управлінської діяльності.

Однак наявність у органів управління своїх офіційних сайтів покладає на них не тільки юридичну, а й соціальну відповідальність за розміщену на цих сайтах інформацію. В даний час в Україні прийнято ряд важливих документів, покликаних підвищити рівень інформаційної відкритості державних управлінських структур, проте зусилля держави, спрямовані на підвищення інформаційної відкритості відомств, стикаються з рядом проблем. Не можна не сказати про недостатній рівень інформаційної грамотності частини співробітників державних установ. А відсутність загальних чітких вимог до необхідного обсягу інформації призводить до того, що в різних відомствах прийняті в законі «розмиті» формулювання трактуються по-своєму. Більшість офіційних інтернет-ресурсів, на думку експертів, не є інформативними і зручними.

У зв'язку з цим необхідно розробити ряд заходів, спрямованих на стандартизацію розміщеної інформації і технічних вимог для офіційних

інтернет-ресурсів, з точки зору зручності їх використання різними групами користувачів, в тому числі з віковими та фізичними обмеженнями.

У науковій літературі під відкритістю діяльності органів виконавчої влади розуміється можливість отримання інформації про діяльність органів влади і прийнятих ними рішеннях для всіх зацікавлених суб'єктів: представників бізнес спільноти, громадян.

Даний підхід ототожнює поняття відкритості органу державного управління з поняттям інформаційної відкритості. Можна стверджувати, що при реалізації механізму відкритості діяльності органів державного управління вирішальним є не кількість використовуваних інформаційних технологій і обсяг інформації, що надається у відкритий доступ, а результат і користь для громадян і самої держави. Ми виділимо переваги відкритості діяльності органів влади. До них відносяться:

- 1) впровадження нових інноваційних технологій в систему взаємодії влади, ЗМІ, громадянського суспільства;
- 2) знаходження консенсусу інтересів ЗМІ-суспільства-влади, що є головним у стабілізації державної системи;
- 3) зростання рівня довіри з боку громадськості, приватного сектору;
- 4) нівелювання корупційних схем взаємодії;
- 5) збільшення дієвості громадської думки;
- 6) забезпечення керованості сучасними складними суспільними системами;
- 7) зростання якості управлінських рішень (використання можливості визначення публічних цілей рішень);
- 8) формування почуття причетності до політики держави;

Якщо сформулювати умови підтримки відкритості діяльності органів державного управління, то вони включають в себе:

1. наявність комп'ютерної техніки та доступного для громадян інформаційного каналу;

2. наявність інформаційних ресурсів державних структур у відкритому доступі;
3. підтримання належного рівня інформаційної та комп'ютерної грамотності громадян;
4. організацію і проведення скоординованих заходів органів виконавчої влади в рамках єдиної державної політики;
5. згладжування високо рівня диференціації у використанні інформаційних технологій в регіонах України;
6. забезпечення високого рівня професійної підготовки державних цивільних службовців в області інформаційно - комунікаційних технологій.

У зв'язку з цим можна запропонувати уточнене визначення поняття відкритості діяльності органів державного управління та розглядати його як інструмент організації діяльності органів державного управління, що забезпечує максимальну участь громадян в державному управлінні і можливість спостереження і оцінки діяльності органу державної влади та офіційних осіб на основі гарантованого доступу до інформації, яка підлягає розміщенню у відкритому доступі; підзвітності органів державної влади суспільству, що сприяє зміцненню довіри між громадянським суспільством і державою.

Очевидно, що поняття «прозорість» має на увазі доступність рішень, прийнятих державним органом, для ознайомлення та оцінки громадянами і безпосередньо пов'язана з підзвітністю органів державної влади суспільству; а «відкритість» - це орієнтованість на максимальну участь всього суспільства в державному управлінні.

Варто виділити недоліки існуючого механізму відкритості органів управління в Україні:

- 1) Зміст інформації, розміщеної на офіційних сайтах державних органів виконавчої влади, не в повній мірі відповідає нормам чинного законодавства, що регулює доступ до інформації про діяльність державних органів виконавчої влади; загальноприйнятим технічним вимогам, що

пред'являються до змісту сайтів; потребам фізичних і юридичних осіб в інформації з державних інформаційних ресурсів.

2) Структура інформаційного наповнення офіційних сайтів органів виконавчої влади недостатньо уніфікована.

3) Не дотримуються терміни і не в повному обсязі розміщується інформація, що представляє соціальне значення, тексти багатьох правових актів представлені в застарілій редакції.

Як показав проведений аналіз використання каналів взаємодії Інтернет-користувачів і органів влади, органами влади фактично не використовуються можливості Інтернет-конференцій та on-line коментарів громадян, що, в свою чергу, не дозволяє задіяти механізми мережевої комунікації громадян і колективного обговорення суспільно значущих проблем в режимі on-line.

З цього випливає особливість інноваційні моделі функціонування влади в демократичних суспільствах: будь-які політичні рішення і застосування будь-яких інноваційних технологій можуть бути використані в якості PR-технології. Якщо в індустріальних суспільствах основою політичних технологій були популістські жести, політична реклама, реалізація медіа-стратегій спрямованих на імідж кандидата, то в інформаційних суспільствах, де довіра до заяв політичних акторів виражено знижена, частиною політтехнологій можуть бути видані закони, створення нових політичних і соціальних інститутів, нові моделі виборчого процесу.

Успішність застосування інноваційних моделі функціонування влади повністю залежить від того наскільки це відповідає потребі в об'єднанні національної держави зі світовим співтовариством. Нові технологічні рішення в політиці значно трансформують інформаційний простір держави, сегментування цих рішень, має піддаватися ретельному зважуванню, не тільки технологічному (чи достатньо ресурсів для реалізації політичної технології в різних регіонах держави), а й соціально-ідеологічному (чи готове населення прийняти вплив нових технологічних рішень). Якщо інформаційні ресурси використовуються безсистемно, без урахування факторів соціально-

економічного та культурного зростання, то їх становлення не може стати визначальним фактором демократичного розвитку держави. Якщо інформаційна складова державного управління знаходиться на початковому рівні, то ускладнюється комунікація між державою та суспільством, що робить впровадження інноваційних політичних технологій малоефективним. При цьому важливо розуміти, що використання лише окремих елементів інновацій в політичних технологій, за рідкісним винятком, виявляється нерентабельним по відношенню до затрачених ресурсів. Впровадження інноваційних технологій у політичні технології повинно бути комплексним, що дозволяє уникнути різних криз, які притаманні транзитивним суспільствам.

У контексті конкретних інноваційних політичних технологій, які застосовуються сьогодні, найбільш конструктивно говорити саме про виборчі технології. Такої ж думки дотримується і найбільша українська дослідниця політичних технологій Л.А. Кочубей. Справа в тому, що політичні технології в цілому, досить масштабне за обсягом поняття, яке включає в себе різні програми вже діючого уряду, щодо екологічних, аграрних, фінансових та інших питань. Л.А. Кочубей застосування технологій в політиці визначає як «систему послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату, які працюють над створенням власного іміджу, який би відповідав очікуванням громадськості» [66, с. 3], тоді як виборчі технології автор визначає як «мистецтво і вивчення електоральної мотивації, розробка механізмів, заснованих на певних психологічних підходах, з метою побудувати вдалу виборчу кампанію» [66, с. 8].

Таким чином, нам здається правомірним розглянути кілька деталей з українських президентських перегонів 2019 року, які за рівнем впровадження нових політичних технологій, найбільш примітні для дослідників. В цілому президентські вибори в 2019 році, стали унікальними не тільки за безпрецедентною кількістю кандидатів, безлічі політиків-самовисуванців, а так само утрудненого прогнозування результатів першого туру, а й в цілому

через постійне впровадження нових методик і процедур виборчих технологій. Переможець президентських перегонів В.О. Зеленський, команда якого приділила достатньо мало уваги традиційним методам виборчих технологій, став переможцем, ймовірно саме через впровадження інновацій в процес, який був досить типовий протягом 28 попередніх років. Так досить мало уваги було приділено традиційним агітаційним плакатам, листівкам, біл-бордами, наметам з роздачою агітаційного матеріалу. Виборча кампанія не використовувала методи прямої агітації «від дверей до дверей», мінімізовані були зустрічі з виборцями, були відсутні мітинги, марші, масові акції. Традиційні ЗМІ, які використовуються для постійного нагадування про кандидата були використані, але в рамках інноваційної системи. Кандидат в президенти, є медійним обличчям і продовжує вести активну діяльність на телебаченні, веде і бере участь в гумористичних передачах, де про його потенційну перемогу і часто згадують в жартівливій формі, однак дебатів, виступів в політичних передачах, прямої конфронтації з іншими кандидатами, перед першим туром, не було. Не було виявлено мережі підкупу виборців, а технології чорного PR, якщо і були застосовані, то вельми обмежено. Все вище перераховане використовувалося різними кандидатами. Використовувалося і командою майбутнього президента, але в максимально мінімальних дозах. А ось технології, засновані на психологічно-емоційному, ірраціональному стані електорату використовувалися вкрай активно. Так, задовго до початку виборчої кампанії, з 2015 року на Україні транслиювався серіал «Слуга народу», вироблений студією «95 квартал», яку очолював В.О. Зеленський. А 27 березня, за 4 дні до виборів стартував третій сезон цього серіалу. Саме цей серіал, багато в чому став основною виборчою технологією кандидата, крім політичного іміджу, який створювався багато років. Саме сюжет серіалу, де простий вчитель через вираженого невдоволення владою і корупційними схемами уряду, стає президентом і одержимий ідеєю налагодити добробут держави, став основою для емоційної прихильності населення до кандидата. Цікаво, що подібна виборча

технологія фактично унікальна. Президент США Дональд Трамп так само медійна персона, як і Рональд Рейган чи Мар'ян Шарец, прем'єр-міністр Словенії, однак ніхто з них не асоціювався серед населення держави з образом чесного президента. Емоційна прихильність до кандидата, всередині такого політизованого суспільства (що характерно для транзитивних держав), як Україна зіграла вирішальну роль в результатах виборів. Що ще раз підтверджує нашу тезу про те, що спроби отримати емоційних відгук від населення, в сучасних політичних технологіях важливіша, ніж складні системи раціональних доводів.

В Україні, що добре продемонстрували останні вибори 2019 року змінюється якість політичного дискурсу. Виборці намагаються відмежуватися від впливу на них традиційних виборчих технологій, намагаються аналізувати програми і обіцянки політичних кандидатів, однак демократична свідомість не може стати основою політичної культури одночасно. Це тривалий процес, на шляху якого громадяни держави неминуче будуть ставати об'єктами політичної пропаганди та маніпулювання, стикатися з піддробкою фактів і спотворенням інформації. Так само і емоційна залученість населення, на якій грають сучасні політичні технології, може привести до того, що політика стане сприйматися як шоу, у відриві від її реальних завдань - ефективного управління державою. Чорний PR в політичних технологіях, не зжив себе, а тому увага до дискредитуючих кандидатів факторів, часто вище, ніж увага до стратегічних програм розвитку держави. Саме на цьому і будуються багато іміджевих виборчих технологій - кандидат повинен виглядати гідним сім'янином, глибоко віруючою людиною, без шкідливих звичок. Його професійні навички, традиційними виборчими технологіями ігноруються в тій же мірі, що і сучасними.

4.2. Інноваційні технології взаємодії влади і громадянського суспільства.

Українська політологія, соціологія та юриспруденція сходяться в своєму визначенні того, чим є громадянське суспільство. Загальне визначення його зводиться до того, що громадянське суспільство це «суспільство з розвиненими економічними, політичними, духовними та іншими відносинами і зв'язками, яке взаємодіє з державою та функціонує на основі демократії і права. Побудова громадянського суспільства є метою суспільного розвитку, засобом всебічного забезпечення інтересів прав і свобод людини і громадянина» [59].

Так само існує додаткове визначення громадянського суспільства, де воно розуміється як «суспільство з розвиненими економічними, культурними, правовими і політичними відносинами, які складаються між його учасниками, що не залежать від держави, але взаємодіють з нею» [29].

Так як для даного дисертаційного дослідження поняття громадянського суспільства є центральним, то ми виробили своє визначення. Під громадянським суспільством ми розуміємо те суспільство, яке засноване на принципах свободи, плюралізму і солідарності громадян. В рамках громадянського суспільства протікають процеси, що сприяють реалізації всіх конституційних свобод громадян, дотримуються права і обов'язки які формуються всередині самостійних громадських груп, існування яких підтримує можливість реалізації особистості і збереження поділюваних суспільством цінностей.

Звертаючись до моделей взаємодії між суспільством і державою, варто відзначити, що в сучасній Україні сьогодні прийнято напрямок рух в сторону зміцнення незалежної держави, яка здатна пристосуватися до швидко мінливих реалій ХХІ ст. Ці реалії в першу чергу характеризуються миттєвим створенням і поширенням інформаційних мереж, високим рівнем технологічності та орієнтацією на високі технології і інженерію. Держава повинна відповідати цим реаліям, а управляти такою державою неможливо за допомогою існуючих інструментів правового регулювання. Управління сучасною державою, має бути максимально гнучким, раціональним і

орієнтованим на швидкий результат, який не відкладається в часі завдяки неповороткості бюрократичного апарату. Таке управління може бути здійснено тільки за умови тісного зв'язку між державними інститутами і громадянським суспільством. Демократична система повинна модернізуватися, вона не може базуватися на методах, які були успадковані від попередніх етапів державного ладу, інакше виникнуть суперечності між архаїчно влаштованою державою і сучасним суспільством, оновлення якого не можливо контролювати ззовні. Тому взаємовідносини суспільства і держави повинні бути максимально різноманітні і мати безліч аналогів в конкретних політичних ситуаціях.

Громадянське суспільство і держава виявляє прагнення до одних цілей і рішень одних завдань, в цьому виявляється їх єдність. У процесі свого формування і громадянське суспільство і держава в числі головних завдань бачать створення таких соціальних інститутів, які будуть корисні для людини. А чи не тяжіти над його особистістю, всі державні інструменти як і механізми суспільства повинні бути спрямовані на захист прав та інтересів особистості. В українських реаліях це єдність збігається і за характером підпорядкування закріпленому в Конституції України права громадян на об'єднання, яке вказує на необхідність вільного вибору громадянами країни, будь-якої громадської освіти, яка не суперечить конституційним правам інших громадян [61, ст. 36].

Таким чином, об'єднана мета держави і громадянського суспільства полягає в наданні індивіду всіх творчих свобод.

Система громадських інститутів, які входять в громадянське суспільство має бути незалежна від держави, і допомагати реалізовувати інтереси всіх громадян. Інтереси громадян виражаються через існування таких соціокультурних інститутів як освіта, сім'я, спільноти різного типу які самоврядуються без допомоги контролюючих структур. Тобто, якщо об'єднання виникло серед звичайних громадян стихійно і без вказівки згори,

а так само функціонує на підставі згоди з іншими соціальними інститутами [61, ст. 36].

У сучасній політології прийнято виділяти три моделі за якими співвідносяться громадянське суспільство і держава:

1. Перша модель передбачає повний збіг держави і громадянського суспільства і називає їх конвергентними соціальними системами.

2. Відповідно до другої моделі держава і суспільство - це різні моделі соціальної організації провідне місце, серед яких належить державі.

3. В рамках третьої моделі держава і громадянське суспільство є взаємодоповнюючими системами лідерство, в яких належить громадянському суспільству, а держава виконує по відношенню до нього підпорядковану функцію.

Очевидно, що найбільш прийнятна модель для реалізації інтересів особистості - це третя модель. Головна її перевага полягає в повній взаємоспрямованості індивіда і суспільства, в якому він знаходиться, де відсутній жорсткий політичний контроль і регламентація всіх сторін життя. Однак така модель на сьогоднішній день скоріше ідеальна ніж реальна.

Так як взаємовідносини між державою і громадянським суспільством включають в себе величезну кількість різних аспектів, їх можна характеризувати через такі положення:

1. Історично громадянське суспільство передувало державі і не включало останню в себе;

2. Якщо держава розвивалася самостійно, без етатизму, то громадянське суспільство її не включає;

3. Суб'єктами громадянського суспільства є виключно вільні громадяни, які самоорганізувалися з доброї волі. Вони можуть бути солідарними або конкурувати між собою.

4. Не дивлячись на те, що з точки зору окремої особистості громадянське суспільство важливіше держави, воно має сприяти розвитку і процвітанню останньої - це забезпечує безпеку громадянському суспільству.

5. Громадянське суспільство впливає на створення різних організацій та інститутів переслідує виключно власні інтереси, які зводяться до інтересів кожного з громадян.

6. У громадянського суспільства є права перед державою, а держава має обов'язки перед цивільним суспільством - вона повинна захищати життя, здоров'я і безпеку громадян, при цьому, не втручаючись в приватне життя індивідів.

7. Громадянське суспільство формується і розвивається в рамках права, при цьому воно не може використовуватися як політична сила, не може нав'язувати громадянам політичні рішення - це суперечить основам його створення. Саме громадянське суспільство є мірилом справедливості і істинності законів, а не держава.

Для успішного функціонування громадянського суспільства, держава зобов'язана виконувати такі умови:

1) Бути формою, завдяки якій створюються умови для розвитку громадянського суспільства;

2) Бути частково автономної від громадянського суспільства для виконання публічних інтересів усіх громадян;

3) Створювати закони, яких повинні будуть дотримуватися всі члени громадянського суспільства. При цьому ці закони не повинні порушувати прав громадян;

4) Дотримуватися кордону приватного життя громадян, не втручатися в перетворення культурного і побутового життя, поки такі здійснюються відповідно до закону.

5) Надавати громадянському суспільству необхідний захист, як на території держави, так і за межами неї. Захист повинен повністю забезпечувати соціальну безпеку всіх індивідів;

6) Держава повинна виступати буфером між різними громадськими організаціями громадянського суспільства, у яких протилежні погляди і які вступають в суперечливі відносини;

7) Повинна забезпечувати для будь-якого громадянина, який володіє відповідними правами можливість бути власником капіталів і приватної власності, створювати різноманітні комерційні організації та бути частиною економічної системи держави, виходячи при цьому з власних економічних інтересів;

8) Повинна бути обмежена в своїх можливостях силового і правового регулювання конфліктів, не повинна перевищувати своїх конституційних повноважень.

9) Повинна бути не тільки творцем законів, а й підкорятися їм так само як всі члени громадянського суспільства - не повинна мати привілеїв при створенні законопроектів.

Головний суб'єкт громадянського суспільства - це вільна особистість, яка тільки тоді може бути визнана вільною і незалежною коли її існування в державі відповідає таким умовам:

А) Людина повинна усвідомлювати ступінь своєї свободи в суспільстві і повинна усвідомлювати, що є його складовою частиною;

Б) Людина повинна бути економічно незалежною. Тобто мати право, самостійно вибирати ту форму трудової діяльності і видів заробітку, яка здається їй найбільш вдалою. Цей вибір повинен бути вільний від політичного та ідеологічного тиску.

В) Людина повинна мати по відношенню до суспільства не тільки обов'язками, а й права, а так само свободи, основною з яких є право на володіння.

Г) Людина повинна усвідомлювати, що несе відповідальність за свої дії перед суспільством, як сумою вільних людей.

Д) Людина повинна бути законодавчо захищеною від спроб держави порушувати межі його особистого життя і безпеки.

Виходячи з вищесказаного, варто відзначити, що поняття власності є важливим елементом в оцінюванні тієї чи іншої моделі взаємодії між громадянським суспільством і державою. У сучасному, демократичному

суспільстві існує кілька видів власності, кожен з яких має на меті забезпечення добробуту громадян. Так само наявність різних видів власності дозволяє розширити простір економіки за рахунок збільшення інтенсивності праці, яка формується при прагненні до володіння власністю.

Таким чином, ми приходимо до висновку, що держава не може ефективно розвиватися без наявності в ній вільного громадянського суспільства, яке має функцію коригувати і обмежувати політичні рішення. Якщо громадянське суспільство в державі розвинене слабо, то це веде до того, що з високою часткою ймовірності держава поглине права громадянського суспільства і воно перетвориться на фікцію, адже його правами користуватиметься держава що призведе до того, що громадянське суспільство буде приймати не суспільно корисні, а корисні державі рішення. Так буде порушений складний баланс взаємин, який може тільки негативно позначитися на загальному добробуті населення. При цьому в будь-який з державних моделей держава і громадянське суспільство перебувають у постійній взаємодії і постійно проникають одна в одну. Ступінь подібного проникнення і тотожності залежить від рівня розвитку громадянського суспільства в конкретній державі.

При цьому, держава і суспільство хоч і виконують багато схожих функцій, вони докорінно відрізняються один від одного, що обумовлено впливом величезної кількості чинників - від історичних до політичних. Наприклад, громадянське суспільство не може мати право примусу - це право воно передає державі, як регулюючій інстанції. Держава ж не має повноважень впливати на громадську думку шляхом примусу з боку силового апарату.

В результаті інноваційних процесів, який відбулися в області політичної комунікації традиційні ресурси взаємодії громадянського суспільства і держави, багато в чому втрачають свою актуальність. Інформаційні технології активізують розвиток інноваційних засобів діяльності і форм взаємодії індивідів, політичних інститутів і суспільства. Розвиток

електронних комунікаційних проєктів, таких як «електронний уряд», «електронна держава», «електронна демократія» сприяло формуванню мережевого громадянського суспільства, що грає помітну роль в політичному процесі як всередині держави, так і на міжнародному рівні. Інтернет став атрибутом політичної діяльності, придбав статус не стільки інструменту, скільки простору здійснення політичних практик. У зв'язку з цим впровадження нових інформаційних технологій в політику актуалізує пошук інноваційних механізмів взаємодії держави і громадянського суспільства, підвищення ефективності політичної діяльності.

На різних етапах суспільного розвитку сформувалося кілька «ідеальних» моделей взаємодії громадянського суспільства і держави. Зазначені моделі, кілька спрощуючи їх характер, можна звести до кількох результатуючих:

- держава і громадянське суспільство в процесі політичної боротьби змагаються за компетенції;
- держава бере на себе завдання громадянського суспільства;
- держава і громадянське суспільство взаємодоповнюють один одного через цивілізований поділ політичних і соціальних функцій.

Формування тієї чи іншої моделі взаємодії громадянського суспільства і держави багато в чому залежить від розвиненості ресурсної бази громадянського суспільства, створених, з боку держави, умов для її розвитку, що сприяє становленню механізму зворотного зв'язку між громадянами і державою, в результаті якого приймаються спільні рішення щодо поліпшення суспільно-політичного життя країни.

До умов, які забезпечують ефективне і збалансоване взаємодія держави і громадянського суспільства, слід віднести:

- розвиненість демократії, її реальний прояв у всіх сферах суспільного життя;
- легітимність влади та її ефективність в інтересах всіх громадян суспільства;

- залежність суспільства і влади від закону, їх безумовна підлеглість і підконтрольність йому;
- розвиненість і ефективність функціонування елементів (структур) громадянського суспільства [122; 132].

Механізм взаємодії громадянського суспільства і держави в різних країнах світу дуже різноманітний. У найширшому плані його складають: демократичне законодавство, поділ влади, діяльність легальної опозиції, суспільно-політичний плюралізм [16, с. 10].

Практика показує, що оптимальні можливості для ефективної взаємодії громадянського суспільства і держави, збалансованості їх відносин, складаються в країнах з демократичними режимами. У демократичних умовах громадянське суспільство є основою стабільності держави, а держава - фактором ефективного функціонування і розвитку громадянського суспільства. За період розвитку взаємовідносин держави і громадянського суспільства були сформовані так звані «традиційні» моделі їх взаємодії.

З боку демократичної держави можна виділити наступні традиційні напрямки впливу на громадянське суспільство:

- ведення законотворчого процесу (дозволяє забезпечити правову захищеність громадян, їх соціальних і громадських об'єднань);
- надання державних гарантій забезпечення свобод і прав людини [62];
- послідовне проведення державою в життя принципів політичного і ідеологічного плюралізму, забезпечення свободи діяльності політичних партій, асоціацій та інших добровільних об'єднань громадян, рівноправне надання їм можливостей використовувати державні ЗМІ для захисту прав опозиції;
- проведення заходів по зміцненню довіри між державою та громадянським суспільством, спрямованих на налагодження цивілізованих, конструктивних відносин, ведення повсякденної місцевої роботи [62].

Традиційні важелі впливу на державу має і громадянське суспільство:

- по-перше, можливість утворювати, нерідко всупереч пануючим структурам, протипаги правлячій еліті у вигляді опозиційної еліти (контреліти), незалежних від держави громадських організацій і масових політичних рухів, засобів масової інформації, груп підтримки або тиску і інше;

- по-друге, подолання відчуження громадян, їх соціальних і політичних об'єднань від державного управління, від визначення і здійснення політики, їх активне включення в політичний процес в цілому [62].

Таким чином, ефективні взаємини громадянського суспільства і держави виникають тоді, коли соціальні групи, класи, що представляють ресурсну базу громадянського суспільства, для задоволення і захисту своїх інтересів створюють держава. Ці взаємини мають сформовані на сьогодні, «традиційні» ресурси взаємодії.

У той же час, традиційні ресурси взаємодії громадянського суспільства і держави, в сучасних умовах переходу до інформаційного суспільства, не завжди підтверджують свою ефективність. Пов'язано це з тим, що за останні десятиліття ідея громадянського суспільства зазнала якісних змін, розширюючись, заглиблюючись і доповнюючи ідеями демократії, заснованої на політичній конкуренції соціальних інтересів, партнерство соціальних груп, обмеження держави встановленими правовими нормами, індивідуальною свободою і правами людини [41, с. 57].

Для виявлення можливих шляхів пошуку інноваційного розвитку взаємин держави і громадянського суспільства, необхідно, з одного боку, спиратися на світовий досвід подібної взаємодії, з іншого - виявити загальні риси в розвитку громадянського суспільства в умовах сучасних політичних тенденцій глобалізації, модернізації та інновацій [133, с. 12-13].

Результатом цих досліджень, може стати висновок про те, що пошук і використання інноваційних ресурсів взаємодії держави і громадянського суспільства, тісно пов'язані з наявністю і розвитком наступних складових:

- політичної модернізації держави, основна мета якої - побудова реально функціонуючої соціальної держави, яка, з точки зору сучасної політології, є вищою метою в сучасному державному будівництві. Соціальна держава, перебуваючи в постійному контакті з громадянським суспільством, акумулюючи суспільну і державну волю, зберігає власну макросоціальну ідентичність, історичний досвід і соціокультурну спадкоємність, протистоячи тим самим фрагментації, розпаду і криміналізації суспільних відносин;

- широко розвиненою діяльністю некомерційних організацій, яка, в свою чергу, стимулює систему соціального партнерства, а також накопичення так званого «соціального капіталу» (продукту організованої взаємодії, що має суспільну, а не індивідуальну природу);

- наявності широкої міжсекторної взаємодії структур та інститутів держави і громадянського суспільства. При оптимальній моделі цієї взаємодії, відбувається певна трансформація обох акторів, збагачення їх новим досвідом, методиками і кадрами;

- широкого застосування у взаємовідносинах держави і громадянського суспільства можливостей інформаційних технологій, що в свою чергу, веде до формування нових інститутів, спільнот, методів комунікацій в політиці;

- формування, під впливом тенденцій глобалізації, громадянського суспільства глобального типу, що не має меж, що в свою чергу веде до того, що обмежувати його діяльність, з боку влади, стає все складніше.

Держава, в цих умовах, фактично змушена шукати точки дотику з громадянським суспільством. Пов'язано це з тим, що за останні десятиліття ідея громадянського суспільства зазнала якісних змін, розширюючись, заглиблюючись і доповнюючи ідеями демократії, заснованої на політичній конкуренції соціальних інтересів, партнерстві соціальних груп, обмеження держави встановленими правовими нормами, індивідуальною свободою і правами людини. Традиційні ресурси взаємодії, що склалися протягом тривалого періоду взаємодії двох акторів, в цих умовах, на жаль, не завжди ефективні. На наш погляд, інноваційні ресурси взаємодії держави і

громадянського суспільства - це, в першу чергу, широко розвинена діяльність мережі некомерційних організацій, що приймає на себе ряд функцій держави, міжсекторна взаємодія, широке застосування інформаційних технологій (в плані організації діалогу між суспільством і державою). Результатом дії цих ресурсів, може стати широка політична модернізація держави, а також тенденції щодо формування громадянського суспільства глобального типу, не пов'язаного у своїй діяльності якимись територіальними рамками.

Підсумовуючи вищевикладене, необхідно зазначити, що на сучасному етапі модернізаційного розвитку держави необхідний пошук і залучення нових ресурсів, в результаті яких громадянське суспільство посилить свої позиції в механізмі взаємодії з держорганами і призведе до зростання ефективності прийнятих рішень по суспільно-політичних питань політики країни.

4. 3. Блогосфера України як форма політичної комунікації.

Особливість Інтернету як засобу комунікації та поширення інформації полягає в тому, що на відміну від класичних, традиційних ЗМІ, Мережа Інтернет є масштабним майданчиком для самореалізації, самовираження і різних видів творчості, тоді як доступ на телебачення, радіо і в пресу є привілеєм обмеженого кола осіб. У цьому ключі можливість завести свій авторський блог, в якому у людини з'явиться можливість висловлювати свої почуття, ідеї, думки про різні події в її особистому та суспільному житті - це досягнення виключно сучасних Інтернет-технологій.

Термін «блогосфера» був введений 10 вересня 1999 року, в якості жарту Б. Л. Гремом, за аналогією з терміном «логосфера», що может бути витлумачено, як «світ слів», «всесвіт дискурсу» [151]. Блогосфера є важливішою громадської ареною ХХІ століття в віртуальному просторі. Найбільш часто блогосфера включається в простір нових соціальних медіа, які відіграють істотну роль не тільки в особливостях комунікації між

людьми, а й у формуванні громадської думки, громадянської і політичної позицій.

Блоги будучи на сьогоднішній день досить масовим явищем, підрозділяються на кілька видів.

Якщо поява блогів була пов'язана з відкриттям ресурсів на кшталт «ЖЖ» (Живого щоденника), то з розвитком технології і здешевленням різних гаджетів (камер, мікрофонів, квадрокоптерів) для все більшого числа людей перевага віддається відеоблогу, який має ряд специфічних відмінностей.

Якщо класичний блог має вигляд веб-сайту, на якому можлива компіляція і поєднання різних видів інформації: візуальної, текстової, мультимедійної, то в рамках відеоблогу, що впливає вже з назви, автор знімає і викладає тільки відеоролики. Основною особливістю як класичного блогу, так і відеоблогу є «контент який динамічно змінюється» [151]. Тобто блог можна вважати активним, тільки якщо він весь час поповнюється, що істотно відрізняє його від художньої літератури або кінематографа і зближує із засобами масової інформації. При цьому відеоблогінг є однією з найбільш масштабних форм інформаційної активності.

Для відеоблогінга, що має велику аудиторію і зайняв нішу ЗМІ, характерні всі можливі типи комунікаційних взаємодій, які надаються сучасними інформаційними технологіями.

Для нашого дослідження важливим є також і те, що одночасно з включенням Інтернету в культурні і політичні практики, відбувається рух в сторону віртуалізації феноменів суспільного життя, таких як культура, правові зобов'язання, моральність і т.п. При цьому, якщо проблематика набуває статусу інтернет-мема, це означає, по-перше, що вона дуже важлива для суспільства, а по-друге, що можливостей вирішити цю проблему звичними інструментами не представляється можливим. Взагалі поширення найважливіших і актуальних культурних кодів за допомогою мемів є актуальним завданням для досліджень. Так як політичні питання, в такому політизованому суспільстві, як українське, є гострими темами, то не дивно,

що політичні фігури і законопроекти часто стають об'єктами для створення "інтернет-мемів"

Політична і творча активність користувачів в мережі Інтернет, а так само ступінь їх зацікавленості формуються завдяки культурній та міжкультурної інтернет-комунікації представників громадської думки і окремих особистостей. За оцінками незалежних міжнародних експертів інтернет є найпопулярнішим майданчиком для самоорганізації як жителів України, так і всієї Європи.

В останні роки тренди в інтернет-просторі, поширення актуальної інформації, новин задається блогерами, особливою популярністю серед яких володіють відеоблогери на «Youtube». Ведеоблогери в своїй творчості, найчастіше, користуються популярними інтернет-мемами і навіть створюють свої, для більш повної, ємної і відтінкової трансляції інформації і свого ставлення до неї. Таким чином, блогери істотно впливають на специфіку комунікації в рамках інтернет-культури, що потребує особливого, абсолютно нового теоретичного осмислення, не в рамках розгляду молодіжних захоплень, а рамках зміни комунікаційної парадигми сучасної культури, яка знаходить свій початок в мережі Інтернет і має можливість впливати на політичний дискурс в державі і на міжнародній арені. При цьому цілком очевидно, що так звані «лідери думок» - блогери і відеоблогери мають істотний вплив і на політичне життя країни, тому що крім розважальної частини, у багатьох блогах російськомовного і україномовного простору, превалюють політичні теми. Саме тому і самі політики змушені вести блоги, для того щоб мати можливість контактувати зі своєю аудиторією, яку в рамках політичної активності, варто називати електоратом.

На платформі YouTube, яка є основною платформою для створення каналів і ведення активного відеоблогінга на момент 2016 року тільки російськомовних каналів на платформі було близько 20 000, які мають охоплення аудиторії 0,5 мільярда чоловік. При цьому прогресія має фактично геометричні характеристики. На YouTube заливається понад 100 роликів в

хвилину, що просто неможливо порівняти з іншими типами ЗМІ. При цьому найактивнішими каналами, які щодня завантажують відеоролики, є канали новинного характеру: в 10-ку найбільш результативних каналів входять «112 Україна», «euronews» (російською), «Подробности», «Події», «NewsOne», «Факти ICTV» кожен канал завантажує до 49 000 роликів на рік, при цьому не використовується той же контент, що використовується для телебачення, а створюється новий, з урахуванням специфіки відеологінга [127]. Хоча звичайно ці канали не є авторськими, за створення контенту відповідають групи сценаристів, операторів, репортерів і режисерів. Таким чином, незважаючи на деяку творчу і інформаційну свободу, авторський блокінг і відеоблогінг можуть виявитися комерційно вигідним акціями.

З іншого боку, найбільш популярні канали відеоблогерів також не є цілком поодинокими творами, відеоблогери для підвищення якості своїх роликів користуються послугами операторів, монтажерів, аніматорів. Однак початківці відеоблогери, зважаючи на відсутність необхідних коштів, в більшості своїй готують відео самостійно, використовуючи тільки свої можливості.

Монетизація, реклама, а так само партнерські платформи змінили наповнення відеоблогів, так як зробили реальним існування комерційного успіху, однак тільки завдяки оригінальним і цікавим сюжетам. Це істотно трансформувало формат бачення відеоблогів і змінило їх комунікативні риси. Відеоблог стає для дуже невеликої групи людей не просто черговим засобом самовираження, але професійною діяльністю. При цьому ця діяльність передбачала розширення глядацької аудиторії. Залучення стандартних прийомів телебачення могло тільки відлякати потенційних глядачів, тому відеоблогери поступово намагаються створити нові візуальні форми передачі інформації, нові прийоми емоційного забарвлення, що надають як відеоблогу, так і мережевому спілкуванню в цілому, ряд специфічних рис.

Загальна концепція політичного відеоблогу на перший погляд не надто відрізняється від політичних телевізійних передач: основною темою все так

же залишається спроба викласти основні політичні події які відбувалися за певний відрізок часу, зв'язати ці події з загальними тенденціями в політичному житті на регіональному державному і світовому рівні, забезпечивши їх коментарями автора. Однак, відеоблог відрізняється від традиційного телебачення і радіоефірів тим, що його автор не обмежений державною цензурою і порядком денним. А тому політична інформація в блозі може подаватися з різних точок зору, з гострим сатиричним підходом і обмежується тільки суб'єктивними політичними поглядами автора. Однак варто пам'ятати, що відеоблог, не дивлячись на те, що він каже повністю незалежним продуктом, так само може бути інструментом пропаганди, яка спонсорується урядом або опозиційними групами. Так на початку 2010-х років в російському сегменті Youtube набув популярності анімаційний політичний відеоблог «Ять-Тв». Він, дуже лояльно ставився до політики своєї держави. Однак, в 2019 році були розкриті джерела фінансування цього блогу, він відразу втратив популярність і перестав існувати. Це демонструє, що відеоблог повністю залежить від лояльності аудиторії, яка не терпить обману [22, с.53].

У Західній Європі та США, в рамках передвиборчих кампаній часто створюються відеоблоги для просування кандидатів і партій. Особисті блоги є у багатьох глав європейських держав.

Найчастіше авторські відеоблоги, присвячені політиці існують в опозиції до діючої влади. Та, в рунеті особлива популярних належить політичним блогам ФБК і його ватажка Олексію Навальному (зараз знаходиться у в'язниці за сфабрикованим звинуваченням). Діяльність О.Навального популярна і в Україні, і в західних державах [22, с.54]. Фільми «Він вам не Дімон» та «Палац Путіна» переглянули десятки мільйонів користувачів з різних країн. Всі документальні фільми викривають корупцію.

Так само до політичних блогерів можна віднести Дмитра Іванова відомого під ніком «kamikadze_d». Д. Іванов багато разів знімав ролики, присвячені викриттям корупційних скандалів, а так само фальсифікації

виборів, першим записав ролик про існування так званих «кремлеботов», мета яких полягає в зниженні популярності антиурядових відео шляхом «діслайков» (палець вниз під відео).

Популярним політичним блогером є автор каналу «Бути Або», який приховує свою особистість під маскою Гая Фокса і знімає ролики на тему порушення конституційних прав громадян в країнах СНД.

На відміну від телебачення і офіційних ЗМІ, відеоблог не обмежений вибором сюжетів і часом ефіру, відеоблог - це вільний для експериментів творчий майданчик. Згодом кожен блогер визначає свою цільову аудиторію і виробляє специфічний набір інструментів і прийомів впливу на неї, але до моменту повного становлення він може досить довго експериментувати, що на телебаченні і в ЗМІ просто неможливо.

Більш того, відеоблог може завести будь-який бажаючий за наявності камери і вільного доступу в інтернет, тоді як для реалізації своїх задумів на телебаченні і в ЗМІ необхідно мати певні навички, освіту і вік. Телебачення обмежене у виборі сюжетів своєю цільовою аудиторією, а відеоблог - ні.

Якщо до 2012 року в рамках рунета аудиторія відеоблогерів в основному складалася з підлітків і студентів, то сьогодні такі аналітики інтернет-культури, як Костянтин Волгапов, відзначають істотну зміну аудиторії відеоблогів. Якщо перші відеоблогери знімали свої ролики, орієнтуючись на глядача 13-17 років, то сьогодні з розширенням комунікативних можливостей і широкою доступністю інтернету аудиторія блогів змінилася в бік студентства віку 18-24 років. Дуже важливо і те, що завдяки тому, що у багатьох блогерів є своя аудиторія і вони створюють для неї актуальний контент багато років, змінюється не тільки вік аудиторії, а й акценти, які розставляються в відеоблозі. Дуже важливо для нашого дослідження розуміти, що сьогодні глядач відеоблогу - вже не дитина, він має право голосувати, ходити на роботу і заводити сім'ю. При цьому стандарти його поведінки мало визначаються телевізійними передачами і офіційними ЗМІ, він може сам вибирати потрібну йому інформацію, і

набагато більше залежати від популярних діячів інтернет культури. Це принциповий момент, який вказує відразу на кілька можливих в майбутньому змін.

В першу чергу, це падіння рейтингів і зменшення аудиторії телебачення, яке поступово відтісняється на задній план відеоблогерами. Характерний приклад: після того, як у вересні 2016 року в інтернеті колосальну популярність знайшов кліп азіатського виконавця «PPAP (Pen-Pineapple-Apple-Pen)» багато в чому завдяки огляду в шоу «This is Хорошо». Через кілька днів після огляду вийшов ефір передачі «Вечірній Ургант», в якому Іван Ургант і Микола Басков знялися в ролику-пародії на цей кліп. Принциповим є як запозичення тренда інтернет-культури телебаченням, так і факт негативної реакції як з боку інтернет-користувачів, яким пародія здалася дурним і недоречним використанням тренда, так і серед телевізійної аудиторії самої передачі, представники якої нічого не знали про оригінальну японську пісню і кліп. Таким чином, ми можемо відзначити, що телебачення не має пріоритетів у порівнянні з відеоблогінгом, і відповідно нові покоління не спираються на авторитети які транслюються телебаченням.

Саме цим користуються багато відеоблогерів, які в своїх шоу створюють ефект деякої близькості з глядачем. Глядачеві зрозуміло, що відеоблогери не отримують офіційну зарплату, не підкоряються строкам і регламентам, самі пишуть собі сценарій і постійно дають можливість заглянути в своє приватне життя. Це створює відчуття близькості з відеоблогером, його доступності, яка порівнянна з близьким знайомством. Відповідно і ступінь впливу відеоблогера може бути порівнянна зі ступенем впливу близької людини, помножена на якийсь ареал популярності і лідера думок.

Американські дослідники Меггі Гриффис і Зізі Папачаріссі, які присвятили свої дослідження соціальної та культурної ролі сучасних медіа, застосували до відеоблогу теорії І. Гоффмана [28].

Основна концептуальна ідея соціологічного вчення Гоффмана, побудована на тому, що протягом людського життя, людина постійно грає різні соціальні ролі змінюючи маски як актори в японському театрі [28].

Саме через те, що характер оповідання в відеоблозі нагадує заповнення особистого щоденника, створюється відчуття, що всі ці ролики зовсім не націлені на свою аудиторію, а існують в просторі щирості автора перед собою. Саме тому аудиторія блогів дуже болісно реагує на заяву про те, що автор блогу демонструє певну політичну і життєву позицію лише для популярності.

Однако, несмотря на изначальный инфантилизм и очень личные отношения между авторами и зрителями, аудитория блогов все время взрослеет, и состоит на сегодняшний день из взрослых людей, которые больше не воспринимают блоги только как развлечение и новый тип личных отношений, а относятся к политическим блогам как к альтернативе СМИ, с расширенным видением с способами подачи информации.

Однак, незважаючи на початковий інфантилізм і дуже особисті відносини між авторами та глядачами, аудиторія блогів весь час дорослішає, і складається на сьогоднішній день з дорослих людей, які більше не сприймають блоги тільки як розваги і новий тип особистих відносин, а відносяться до політичних блогів як до альтернативи ЗМІ, з розширеним баченням і способами подачі інформації.

Таким чином, стає очевидним, що якщо відкинути прагнення авторів наздогнати інфоприводи, відеоблоги виконуючи схожі зі ЗМІ функції володіють як більшим рівнем довіри з боку своєї аудиторії, так і великим контролем над поданою інформацією.

Блогерську діяльність, яка стосується створення і поширення новин, які висвітлюють найважливіші політичні та суспільні події і проблеми з альтернативних офіційним точок зору, прийнято називати «громадянською журналістикою». Блогосфера, як частина комунікативного простору має специфічні риси, які і обумовлюють її в рамках політичної комунікації, як

щось інноваційне. В першу чергу блогінг має можливість об'єднувати людей з різних регіонів і навіть країн, демонструючи тенденцію до постійної міжкультурної комунікації. Можливість дізнаватися про новини та події в інших державах і регіонах, через блоги, дає нову перевагу громадянській журналістиці - бачити політичну подію з різних точок зору. Останнє дає можливість скласти альтернативну думку і демонструвати альтернативну політичну позицію. Так само важливо і те, що стрімкий розвиток комп'ютеризації і поступова віртуалізація суспільства, робить з популярного блогера лідера громадської думки, який може суттєвим чином впливати на політичні уподобання своїх читачів (або глядачів, якщо мова йде про відеоблог), а також маніпулювати їх свідомістю. Саме тому для сучасної влади вкрай важливо враховувати події, які відбуваються в блогосфері, так як ці події можуть позначитися на результатах виборів, мітингах, акціях, політичному іміджу різних політичних акторів. Саме тому сучасні політики прагнуть (нехай і не в більшості своїй), так само транслювати свої ідеї через блогосферу, наймаючи блогерів, або ж заводячи власні блоги.

Варто так само відзначити, що блогосфера давно вийшла з простору особистої самореалізації і стала комерційно вигідною справою. З блогосферою пов'язана «віртуальна економіка», і тому в певному сенсі держава не повинна припиняти цей вид діяльності. При цьому блогери досить часто за свої політичні та етичні висловлювання притягаються до адміністративної і кримінальної відповідальності, що демонструє певний розрив між правовими нормами і неформальними правилами політичної комунікації всередині блогів.

В цілому, всі соціальні медіа, відіграють значну роль в залученні громадян до політичного життя і політичної комунікації. Лідери думок - блогери і відеоблогери демонструють якусь політичну і соціальну позицію, і чим вище їх популярність, тим з більшою увагою треба ставитися до тез, які вони виносять на обговорення своєї аудиторії. Більш того, блогери можуть виступати і агентами соціальних змін, будучи при цьому одіозними

політиками. Для українського сегмента інтернету найбільш яскравим прикладом виступає український журналіст, блогер, а з 2019 року ще й політик - Анатолій Шарій.

Незважаючи на те, що він позбувся можливості продовжувати журналістську діяльність на території України, він з 2013 вів відеоблог, створив інтернет-портал «Шарій.net», де активно критикував дії української влади і зміст українських новинних порталів і друкованих видань. В кінцевому підсумку образ «правдивого і чесного» журналіста, який знайшов Анатолій Шарій, серед своєї постійної аудиторії, дозволив йому створити «Партію Шарія» і балотуватися як її лідер на дострокових парламентських виборах до Верховної Ради 2019 року. За підсумком виборів партія змогла набрати 2,23% голосів і хоч і не була представлена в парламенті, але хотіла розраховувати на виділення грошей з бюджету на підтримку партії [17]. Проте 29 серпня 2019 року було внесено закон, який не дає можливість партії, що набрала менше п'яти% голосів, отримувати державне фінансування [113]. Незважаючи на це, прецедент участі блогера в парламентських виборах важливо враховувати, при дослідженні комунікаційного потенціалу блогинга в політичному просторі.

Цей прецедент, так само змушує погодитися, що в рамках інформаційного суспільства тільки «... авторитет і знання, а не пряма влада, оскільки інтернет-спільнота спочатку не терпіло керівництво над своїми діями і сприймає віртуальний простір як територію, вільну від втручання держави» [152].

Варто відзначити, що блогер, якого так само можна називати лідером думок або інфлюенсером, для того щоб вважатися політичним оглядачем, не може просто демонструвати певну політичну позицію - він сам повинен, по можливості, брати активну участь в політичному житті і показувати своїм поодспісчікам способи впливу на державу. Існує яскравий приклад - російський блогер Олексій Навальний, яскравий опозиціонер, який спровокував проведення кількох мітингів. Саме такий тип політичної

комунікації спонукає до політичної активності. Тобто блогер, для того щоб транслювати свою позицію, повинен бути високо мотивованим. Основний тиск на аудиторію. При цьому, здійснюється за допомогою емоційно забарвленого повідомлення. У цьому полягає причина того, що блоги, створені відомими політиками, рідко користуються популярністю і спонукають до активних політичних дії - вони найчастіше, не можуть дозволити собі яскравого емоційного забарвлення, а тому не викликають живий відгук у аудиторії.

Більш того, існують приклади формування політичного істеблішменту через блогінг, що відзначається і дослідниками: «багато американських політиків спочатку набули популярності серед блогерів, а потім вже почали сприйматися великими медіа як серйозні фігури загальнонаціонального масштабу (Б. Обама, У. Кларк, Г. Дін)» [40]. До цих прикладів можна побічно додати і чинного українського президента Володимира Олександровича Зеленського, який переміг на президентських виборах 2019 року, який до політичної кар'єри, став широко відомий як медійна персона, що багато в чому й допомогло перемогти їм у виборах.

Важливо також відзначити, що кількість творців новинного, політичного та іншого контенту весь час зростає. Число блогів і відеоблогів зростає експоненціально. Так за даними eMarketer ще в 2008 оду в США налічувалося 83 мільйони творців контенту, а в 2103 році їх число досягло вже 115 мільйонів [196]. Споживачі контенту «громадянської журналістики» так само збільшуються: у 2010 році відеохостинг «YouTube», налічував 112 мільйонів тільки американських споживачів, в 2013 році їх кількість зросла до 160 мільйонів, а до 2017 року їх кількість дійшла до 176 мільйонів [144].

Зростання блогосфери і розвиток довіри до неї, пов'язаний не тільки з здешевленням доступу до мережі Інтернет, і розвитком високих технологій, а й з постійним падінням довіри до офіційних ЗМІ, яке спостерігається в усьому світі. Наприклад в 2015 році 46% американців повідомили що не довіряють офіційним ЗМІ так, як довіряли їм в 2010 році, а ще 35% опитаних

повідомили, що довіряють в освітленні політичних питань тільки блогерам [143]. Тому в США топові політичні блогери володіють тим же рівнем популярності, що і ключові медійні фігури.

Однак дослідницький інтерес до політичного блогу з'явився лише в 2004 році в США після президентських виборів. Так К. Уоллстен проаналізував 35 тем політичних блогів і результати виборів 2004 року [198]. У пізніх своїх роботах К. Уоллстен випередив головні функції політичного блогу: реакція на політичну подію, мотивація до політичних дій, мобілізація до політичної активності, передача політичної інформації, просування політичної ідеї в суспільстві [198]. Все перераховане спонукає блогерів розповідати про політичні події своїм глядачам або читачам, в такому ключі, щоб протистояти мейнстрімній інформації.

Очевидно, що більша частина досліджень блогів як інноваційної моделі політичної комунікації, пов'язана з впливом блогосфери на результат виборів. Так, наприклад у 2013 році політолог Г. Вольфсфельд на прикладі виборчої кампанії в Ізраїлі, досліджував зв'язок між різними формами використання ЗМІ та рівнем участі в політичному житті. Основний висновок дослідження зводився до того, що особи які володіють найбільшим інтересом до політичного життя своєї держави, порівнюють інформацію отриману в блогах з інформацією в традиційних ЗМІ, віддаючи перевагу першим [200].

При цьому результати досліджень відрізняються від держави до держави. Якщо в західних країнах, чим вище рівень освіти, тим більше довіри до блогів. То в країнах арабських (Саудівська Аравія, Катар, Ліван, Бахрейн, Йорданія та Об'єднані Арабські Емірати), з дослідження Дж. Мартіна і К. Шoenбаха було, на противагу дослідницькій гіпотезі, виявлено, що в цих державах блогінг не пов'язаний з політичною незадоволеністю, а служить комунікаційним інструментом як таким [175].

Українська політична блогосфера також має свою специфіку. Найбільш популярною платформою, на якій розміщують свої тексти українські блогери є Livejournal. При цьому є й інші bigmir.net, Meta.ua, Hiblogger.net. У 2009

році Яндекс-статистика налічувала 500 тис. українських письмових блогів [142]. На момент 2019 року, точний підрахунок українських блогерів не ведеться. Багато в чому це пов'язано з тим, що якщо вважати блоги і відеоблоги на українській мові представниками української блогосфери, то подібна інформація не може бути репрезентативною, так як українські блогери, можуть реєструвати своїх блоги російською мовою, і не тільки на українських, а й на російських і американських платформах, що характерно для багатьох білінгвальних країн. Саме ці чинники роблять підрахунок українських блогів і відеоблогів важкодоступним. Більш того частина українських блогерів і відеоблогерів, які пишуть і знімають в рамках політичної комунікації живуть не на території України [57].

Так якщо подивитися на статистику «Живого Журналу», там можна знайти лише 89 україномовних блогів, і 28 з них не оновлювалися вже кілька місяців. Такі показники не демонструють реальної високої політичної активності української блогосфери. Найбільш результативним способом дізнатися кількість українських політичних блогів є контекстний підхід. Подібний аналіз російськомовної блогосфери проведений Центром Беркмана при Гарвардському університеті в 2006 році продемонстрував, що 84% російськомовних блогів про українську політику, які прийнято відносити до російського сегменту інтернету, насправді пишуться українськими блогерами в Україні. Його результати фіксують, що розглядаються «регіональні блогери з України», які розглядаються як учасники російської блогосфери, пишуть в абсолютній більшості (84%) в Україні, використовуючи переважно українські зовнішні посилання [188, с. 23, 55]. На жаль, більш свіжих контекстних досліджень не проводилося, і тому спираючись на факти 2006 року, можна припустити, що і сьогодні значна частка блогів і відеоблогів рунета є українською.

При цьому, в рамках політичної комунікації, блогінг в Україні дуже популярний і його популярність істотно загострилася з початком військового конфлікту на території Сходу України. Інформація, яку глядачі і читачі

отримували через ЗМІ, була недостатньо задовольняючою потреби, і тому багато українців звернулися до блогів.

На подив з 2014 року особливою популярністю користувалися сторінки політиків в соціальних мережах: П. Порошенка, А. Авакова, А. Яценюка. Політики на своїх акаунтах повідомляли про політичні події і про демократичність нової влади. Таким чином блоги політиків тривалий час служили не тільки для інформування населення, а й для пропаганди політичних ідей. При цьому одночасно з блогами політиків, популярність отримали і безліч блоків опозиційної спрямованості (як уже згаданий канал Анатолія Шарія). І це призвело до значної дезінформації населення. Якщо блоги політиків, в силу своєї приналежності не могли стати альтернативною традиційним ЗМІ, через дублювання інформації, то блоги «громадянської журналістики» нерідко повідомляли завідомо неправдиві факти, для очорнення тієї чи іншої сторони конфлікту, в блогах часто з'являлася помилкова інформація про бойові дії, про захоплення адміністративних будівель, в них перебільшувались жертви катастроф, а це призводило до появи панічних настроїв серед населення. Специфіка блогинга в цьому випадку, повторювала специфіку, так званих «жовтих» видань, де важлива нечистота та інформації, а її емоційний зміст і панічний ефект, який вона може призвести. Не дивлячись на подібні мінуси поширення довіри до блогосфери, процес зростання її популярності був запущений саме завдяки подіям 2013-2014 рр. і саме починаючи з цього періоду, блогосфера стає найважливішим засобом політичної комунікації в Україні.

В рамках опитування, яке було проведене в січня 2014 Академією української преси, блогосфера, соціальні мережі та Інтернет ЗМІ стали сприйматися українцями, як джерела найоб'єктивнішої і політично неангажовану інформації. Тобто в 2014 році відеоблог і читацькі блоги стали повноцінною альтернативою традиційним ЗМІ в Україні. Цікаво, що традиційні ЗМІ посилюють цей ефект. Часто посилаючись на інтернет-видання і соціальні мережі.

Liveinternet відстеживши український трафік з соцмереж, виявив, що якщо в жовтні 2013 роки кількість переходів на добу становило 180-200 тисяч, то в березні 2014 року цю цифру зросла до 2,5 мільйона переходів. Ці дані в цілому, підтверджують світову тенденцію «вростання» блогу в соціальні мережі, що підвищує їх комунікативну інтерактивність, проте в Україні цей перехід відбувся в максимально короткі терміни. Також через високу динаміку розвитку блогинга і інтересу до нього в Україні, обговорення в блогах, велося навколо суспільно-політичних змін, навіть тоді, коли блог не мав політичної або новинної спрямованості. Більш того, саме політичні блоги найбільш популярні в Україні з 2014 року по сьогоднішній момент. Так існує постійно оновлюваний рейтинг блогосфери від UAINFO, який сортує блогерів по сфері діяльності, роду зайнятості та рівню активності. У рейтингу беруть участь блогери: політики, журналісти, медійні особи, знаменитості, мандрівники і експерти. У перших 20 позиціях зазвичай лідирують знаменитості, але відразу за ними, в українському сегменті слідує політики і журналісти і після третього десятка майже всі рейтингові позиції зайняті політичними і новинними блогами. [126].

Так само на сьогоднішній день варто говорити і про регіональний блогінг - блогери, які висвітлюють лише місцеву політичну активність, не можуть потрапити в рейтинги, проте через низьку довіру до традиційних ЗМІ і невисокий рівень професіоналізму регіональних засобів масової інформації, саме регіональні блогери стають основою висвітлення політичного інформації регіону.

В цьому аспекті існує необхідність розглянути політичний блог окремо від блогинга в цілому. Якщо політична комунікація в цілому представлена взаємодією політичних акторів, за допомогою обміну інформацією в ході боротьби за політичну владу або ж в ході реалізації отриманої влади. Політична блогосфера ж України представлена мережевим зведенням блогів, які присвячені політиці. Це не тільки самі блоги, але і відеоблоги, щоденники, комунікативні платформи, форуми. Важливо, що розвиток блогів

призвів до того, що вони можуть використовуватися як для пропаганди політичних ідей, контрпропаганди так і для комерційних цілей, які можуть включати навіть збір коштів на виборчу кампанію. Так само варто зауважити, що процес формування політичної блогосфери як комунікаційного майданчику проходить за західним зразком і з деяким відставанням [5]. При цьому, політичний блогінг буде розвивається незалежно від ступеня свободи офіційних ЗМІ в державі. Політичний блог може бути засобом функціонування опозиційно налаштованої інтелігенції, але часто розвивається саме в рамках обговорення політичних питань і формування прихильників.

Вся політична комунікація, за допомогою блогів, актуалізується в рамках виборчого процесу, і має два вектори спрямованості - на обговорення питань внутрішнього середовища і на обговорення проблем міжнародної спільноти, у що включені будь-які питання демократизації суспільства, свободи слова і виборів. При цьому блогосфера, будучи вільною від обмежень офіційних ЗМІ може бути неконструктивною в політичній комунікації: парламентські вибори 2012 року, виборча кампанія 2014 року і вибори 2019 року, супроводжувалися великою кількістю мережевих явищ, негативного характеру, на зразок троллінгу, який представляє з себе провокаційний, часто заснований на непідтверджених або некоректних даних текст, відео або зображення, який містить контрпропаганду жорсткого виду. Такі прийоми, часто використовуються в політичних блогах і закликають до агресії, часто гіперболізуючи проблему, закликаючи до повалення влади, режиму і т.п. [23]. Незважаючи на те, що загрози, які існує в інтернет-просторі, очевидні, українське законодавство фактично не втручається в цю сферу. Як пише А. В. Пехнік та Ю.В Завгородня: «Єдиним серйозним санкційним рішенням щодо інформаційного простору було обмеження доступу до соціальних мереж, які належали до Російської Федерації як країни-агресора на території України» [52, с. 79].

Крім цих негативних сторін у політичній інтернет-комунікації є й інші: навмисна підробка блогів, створення так званих «клонів» відомих і популярних політичних блогів, таким чином, щоб користувачеві було важко визначити справжність. Поширення блогами «клонами» недобросовісної інформації є елементом чорного PR, і часто вводять в оману навіть досвідчених користувачів мережі.

Розглянувши українську політичну блогосферу та підходи до її вивчення, відзначимо що всі їх можна умовно поділити на дві великі групи: до першої групи варто віднести так званих «кіберутопістів», які вважають що в майбутньому політичній комунікації центральне місце займуть інформаційні потужності мережі Інтернет, які також будуть задіяні в побудові громадянського суспільства і демократизації влади. До другої групи належать дослідники, які бачать з боку політичній комунікації за допомогою блогосфери загрозливі фактори, пов'язані з кіберзлочинністю і інформаційними атаками, а також вважають що найбільша частина комунікації незалежно від розвитку Інтернет-технологій, залишиться всередині традиційних ЗМІ. Ми дотримуємося першої позиції, вважаючи другу надмірно ретроградною. Однак в сучасній дослідницькій практиці єдиного підходу до оцінки політичній комунікації в мережі Інтернет, не було вироблено.

Висновки до 4 розділу.

Розглядаючи проблеми і досягнення політичних технологій в сучасній Україні можна виділити три основні сфери: електронну демократію, нову модель взаємовідносин між державою і громадянським суспільством і вплив блогосфери на політичне життя.

Використання «електронної демократії» і електронного голосування як політичній технології не тільки підвищує лояльність громадян до такої прозорої системи, але і дозволяє реалізовувати громадянські ініціативи для

зміцнення політичного впливу. Більш того, електронна демократія привертає громадян до прийняття політичних рішень, зміцнює вертикальну комунікацію, дозволяє пробиватися ініціативі «знизу». Звичайно, в різних ситуаціях це може призводити до маніпулювання свідомістю, коли приймаються і реалізуються ініціативи, які не потребують колосальних ресурсів, а політичні партії і уряди без втрат ресурсів підвищують рівень довіри до себе.

У той же час, традиційні ресурси взаємодії громадянського суспільства і держави, в сучасних умовах переходу до інформаційного суспільства, не завжди підтверджують свою ефективність. Пов'язано це з тим, що за останні десятиліття ідея громадянського суспільства зазнала якісних змін, розширюючись і доповнюючись ідеями демократії, заснованої на політичній конкуренції соціальних інтересів, одночасно з партнерством соціальних груп; на обмеженні держави встановленими правовими нормами, індивідуальною свободою і правами людини

Однією з потужних підстав для побудови громадянського суспільства є блогосфера, яка не тільки дає можливість вільно висловлюється на гострі теми, а й дозволяє консолідуватися людям зі схожою політичною позицією навколо блогера, який виступає лідером думок. І так як українське суспільство є дуже політизованим, то політичні блоги в Інтернеті не тільки є основою консолідації, а й дозволяють їх авторам ставати реальними політичними акторами, що продемонстровано в дослідженні на численних прикладах.

ВИСНОВКИ

Розглянувши зміст концепту інноваційних політичних технологій та формат їх впровадження в політичну практику України, слід зазначити, що комунікація політичного характеру в просторі Інтернету – інновація останнього десятиліття, яка все голосніше заявляє про себе за допомогою змін, що відображаються в реальних політичних подіях і суспільному розвитку. Тож у дисертації зроблено ряд висновків щодо цього феномена:

1. Аналіз категоріального апарату і характеристик інноваційних політтехнологій забезпечив поглиблене тлумачення таких термінів як: «політичні технології», «інновація», «модель інноваційного розвитку», «інноваційний інститут».

Це стало необхідним для окреслення методологічного підходу до політичних технологій, якого дотримується авторка. Аналіз взаємодії між політичним актором і електоральною масою на рівні дослідження змісту, функцій і впливу інформаційного повідомлення міститься в комунікативному підході, який багато в чому складає основу дисертаційного дослідження.

2. Розгляд основних напрямків сучасних наукових досліджень політичних технологій дозволив визначити, що інноваційні політичні технології на стадії постмодернізму спираються на великі масові акції, які багато в чому переносяться в мережу Інтернет. Відповідно, технології мініпулювання свідомістю виборця на раціональних і емоційних передумовах все ще є ключовими. Можна зазначити, що в сучасних політичних процесах створення "політичного міфу" носить складний характер, за рахунок застосування величезної кількості інноваційних засобів комунікації.

3. Визначені основні технології створення політичного іміджу політичного лідера. Перш за все, слід обрати прототип, якому відповідав би характер і спосіб життя політика і який є затребуваним масовою свідомістю в даний час. Вчинки політичного лідера стануть сполучною ланкою між його іміджем і покровительствующим йому архетипом. Від них і від вдалої іміджевої легенди залежить успішність іміджу і політичної кар'єри. Те, що

політичні актори включаються в інтернет-спільноту, забезпечує їм причетність до важливої політичної інформації, а отже, і їх участь в політичному житті стає більш організованою і масштабною. Користуючись можливостями сучасних технологій в рамках Інтернет-політики, широкі маси громадян та громадські об'єднання отримують можливість здійснювати продуктивний вплив на державний апарат, з метою прийняття важливих для суспільства рішень і перевіряти результативність їх застосування.

4. Виявлені найбільш значимі технології прийняття нестандартних політичних рішень – це різні аналітичні методики, які не тільки дозволять повніше зрозуміти цілі, але і визначать потенційні критерії успіху і реальність довгострокової перспективи. В такий спосіб навіть непопулярне рішення може привести до позитивних результатів.

5. Проаналізувавши інноваційні технології у виборчому процесі, було виявлено, що розвиток політичних інтернет-комунікацій якісно трансформувач українське політичне середовище, ввівши в нього постать популярного блогера як впливової дійової особи суспільно-політичного життя, організатора акцій і мітингів, автора гасел і формулювань, що стають в найкоротший термін загальновідомими. Політичний блог стає ареною дискусій, простором вироблення позиції і артикуляції громадської думки з тих чи інших проблем політичного характеру. Інтернет-комунікації в просторі української політичної думки набувають впливу, який важко переоцінити – вони дозволяють обійти перешкоди існуючої формальної демократії і впливати на політичне життя безпосередньо, стаючи тенденцією на шляху до реалізації прямої демократії. Саме через інтерактивну комунікацію між державою і громадянським суспільством створюються нові інститути демократії. Інфлюенсери отримують можливість прямого впливу на прийняття тих чи інших політичних рішень, а володіння інформацією і популярність дають їм можливість формувати як рухи підтримки, так і протестні і опозиційні рухи. Нові лідери отримують вертикальне, а не

горизонтальне просування, поширюючи велику кількість ідей. Все це – досягнення вільної комунікації.

6. Проаналізувавши можливості мережі Інтернет як потужного засобу розвитку інформаційного суспільства, доведено, що Інтернет-простір став ареною активної пропагандистської та контрпропагандистської діяльності політичних партій. В сучасному демократичному інформаційному суспільстві політичні партії активно використовують мережеві технології для оволодіння увагою електорату і закріплення загальної функції взаємодії влади з суспільством. Створюються нові демократичні моделі управління державою і суспільством. Представники інтернет-спільноти отримують можливість безпосередньо впливати на прийняття політично значущих рішень. Особливу роль відіграють політичні інтернет-комунікації як ресурс формування та організації соціального протесту, арена створення і позиціонування протестних спільнот і рухів, просування знизу нових лідерів, гасел і ідей.

7. Проаналізувавши інтерактивні форми політичної комунікації, визначено, що сучасні інтернет технології, які використовуються державними і громадськими утвореннями, дозволяють по-новому поглянути на роль комунікативного середовища в політиці і в житті суспільства. Вони відкривають нові можливості для роботи соціальних і політичних систем, значно полегшують доступ електорату до участі в соціальних і політичних процесах, трансформують систему цивільного дискурсу. В Інтернет просторі зароджується інноваційна культура комунікації, яка часто ґрунтується на політичних конотаціях і впливає на суспільно-політичні події і комунікаційні процеси. Інноваційні інформаційно-політичні технології, які базуються на використанні технологій інтернет-комунікації, апробуються не тільки політичними партіями і політичними лідерами, а й рядовими членами інтернет-спільноти, які активно використовують мережу Інтернет для поширення своїх поглядів. Однак найбільш загрозливим є застосування інтернет-технологій політичними екстремістами для того, щоб мобілізувати

своїх послідовників і пропагувати радикальні ідеї. Саме тому з розвитком політичних інтернет-комунікацій пов'язані ризики і загрози, обсяг і соціальна шкода яких ще не отримали чіткої оцінки вітчизняних і зарубіжних дослідників. При цьому, влада, усвідомлюючи реальну загрозу з боку політичних інтернет-комунікацій, застосовує заходи з протидії об'єктивним загрозам, які не завжди виявляються достатньо ефективними.

8. Особливості феномену віртуальних форм суспільної самоорганізації полягають в тому, що становлення інтернет-спільноти в Україні виводить державу на якісно новий етап політичної модернізації і створює умови для формування інноваційної політичної системи, підкріплюючи можливість демократії прямої дії. Саме завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям стало можливим подолання довготривалої масової політичної апатії громадян, яка заважала розвитку активного політичного життя в суспільстві. Мережеві технології забезпечили і зростання реальної гласності, оперативний безцензурний обмін інформацією, значно випередивши в цьому відношенні телебачення та інші традиційні засоби масової інформації. Розвиток мережевих політичних комунікацій змінив і саму структуру українського політичного простору, який представляв собою бінарне протистояння народу і держави, еліти-номенклатури і масового прошарку населення, збільшуючи соціальну сегментацію.

9. Аналіз можливостей інноваційних технологій у функціонуванні інститутів державної влади засвідчив, що відповідні зміни відбуваються і в розстановці сил в суспільстві. Найважливішим інноваційним впливом інтернет-технологій в українській політиці можна вважати той факт, що політичні лідери та представники правлячої еліти були змушені рахуватися з думкою інтернет-спільноти. Віртуальні блоги трансформуються в популярні ресурси комунікації громадян з представниками влади, а також в засіб прямого інформування суспільства можновладцями про свою діяльність. Виникли нові можливості забезпечення підзвітності виконавчої влади народу

через створення електронного уряду, впровадження електронних декларацій для чиновників та надання електронних державних послуг населенню.

10. Визначаючи сутність інноваційних технологій у взаємодії влади і громадянського суспільства, доведено, що завдяки інтернет-комунікації виник незалежний від держави і комерціалізованих ЗМІ канал формування і вираження громадської думки, а також солідаризації соціальних груп, які є складовими громадянського суспільства. Віртуальний простір мережевих комунікацій став фокусом консолідації громадянського суспільства і його перетворення в колективного актора соціальної і політичної дії. Політичні інтернет-комунікації в Україні якісно змінюють стосунки між громадянським суспільством і політичною елітою. Слабкість громадянського суспільства, розмитість групових солідарностей, страх населення перед державною машиною створювали об'єктивні передумови для тяжіння політичної еліти до дистанційованості від народу, закритості, одностороннього характеру спілкування, коли влада «не чує» громадянське суспільство, а громадянське суспільство впевнене в марності спроб зав'язати конструктивний діалог з владою. З появою в побуті громадян ресурсів політичної інтернет-комунікації, остання поступово перетворюється в спосіб ефективного діалогу з владою. Політичні еліти переконуються у неможливості ухилитися від прямого діалогу, в той час як громадянське суспільство, завдяки масовій участі в політичних інтернет-комунікаціях, усвідомлює власну силу і здатність реального впливу на суспільний розвиток та політичну реальність.

11. Проаналізувавши блогосферу України як форму політичної комунікації, доведено, що розвиток політичних інтернет-комунікацій якісно трансформував українське політичне середовище, ввівши в нього постать популярного блогера як впливової дійової особи суспільно-політичного життя, організатора акцій і мітингів, автора гасел і формулювань, що стають в найкоротший термін загальновідомими. Політичний блог стає ареною дискусій, простором вироблення позиції і артикуляції громадської думки з тих чи інших проблем політичного характеру. В результаті інтернет-

комунікація не тільки дозволяє подолати мінуси формальної демократії і наблизитися до прямої демократії, а й істотно змінює ставлення до політичного процесу. Сьогодні людина може отримати реальний політичний вплив, не перебуваючи в політичному апараті і партіях, за рахунок високого рівня довіри до неї з боку її аудиторії.

Політична комунікація за допомогою політичних блогів має безліч позитивних сторін, пов'язаних з інноваційним підходом до поширення і обговорення політичної інформації, проте, не дивлячись на всі позитивні сторони, політичному блогінгу притаманні ті ж негативні риси, що і мережі в цілому – комерціалізація, несумлінне використання, анонімність, тролінг, поширення непідтвердженої або завідомо неправдивої інформації. Політична комунікація в цілому представлена взаємодією політичних акторів, за допомогою обміну інформацією в ході боротьби за політичну владу або ж в ході реалізації отриманої влади. Політична ж блогосфера України представлена мережевим зведенням блогів, які присвячені політиці. Це відеоблоги, щоденники, комунікативні платформи, форуми тощо.

Популярність відеоблогів, багатомільйонна кількість переглядів призвела до зростання впливу політичних блогерів в реальному політичному житті. Тепер ці майданчики можуть використовуватися для зміни розстановки сил у політиці. Варто зауважити, що процес формування політичної блогосфери як комунікаційного майданчика відбувається за західним зразком.

Негативні наслідки розвитку інтернет-комунікацій набагато менш значущі, ніж величезна кількість позитивних інноваційних змін, які нова інформаційна парадигма несе і державі, і політичним елітам, і партіям, і звичайним користувачам мережі. Разом з тим, необхідно особливо підкреслити актуальність загроз в наростаючій експансії віртуальних політичних маніпуляцій. Для їх нейтралізації вважаємо за необхідне здійснити такі заходи:

– необхідно на законодавчому рівні заборонити інтернет-порталам обмінюватися персональними даними користувачів мережі «Інтернет» і ввести жорсткі обмеження на використання та аналіз отриманих персональних даних;

– виробити заходи щодо забезпечення інформаційної безпеки і, перш за все, захист інтернет-спільноти від хакерських і спамерських атак і поширення шкідливої інформації, так званих «кібератак», тому що об'єднані політично деструктивними ідеями «хакери» і «спамери» здатні завдати серйозної шкоди не тільки різним організаціям і суб'єктам політичних систем, але і цілим державам.

Віртуальний соціум повинен бути готовий до організованих політичних акцій та запобігання реальній загрозі виникнення «кібервійни» (якщо за справу візьмуться організовані групи «кібертерористів», керовані спецслужбами, або екстремістськими організаціями різного спрямування);

– доцільно на державному рівні прийняти заборонні заходи до розсилок суспільно загрозливих електронних повідомлень політичного характеру («політичного спаму»).

Підводячи підсумки, можна констатувати, що Інтернет, поряд з іншими інноваційними інформаційними технологіями, є потужним стимулом для формування і зміцнення громадянського суспільства та утвердження моделі соціального партнерства у взаєминах держави з громадянським суспільством, а також до активізації інституту політичної участі. Очевидною є необхідність і потреба системного теоретичного і науково-прикладного дослідження такого багатовимірного і інноваційного фактора в інформаційно-політичному процесі як інноваційні політичні інтернет-комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алиева Н. З. Самоорганизация современного социума: социосинергетический подход. *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 1-1. URL: <http://www.scienceeducation.ru/ru/article/view?id=17654> (дата звернення: 13.02.2020).
2. Алмонд, Г. Сравнительная политология сегодня: мировой обзор. Москва: Аспект-пресс, 2002. 546 с.
3. Бахарева М.В. Интернет как средство социальной коммуникации. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17654> (дата звернення: 15.06.2020).
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / пер. В.Л.Иноземцев. Москва: Наука, 1999. 221 с.
5. Бортніков В. Політична участь і демократія: українські реалії. Луцьк: Вежа, 2007. 524 с.
6. Брусиловська О. І. Геополітичні стратегії країн Центральної Східної Європи в умовах еволюції пост-біполярної системи міжнародних відносин. *Studia politologica Ucraino-Polona*. 2014. Вип. 4. С. 18-26
7. Брусиловська О. І. Розвиток теорії міжнародних відносин в США: дискусії в сучасній політології. *Міжнародні відносини*. Серія «Політичні науки». 2015. Вип. 5. С. 58-67
8. Буш Дж. Ключевые решения / Пер. О. Акимовой, М. Козыревой, Е. Ганиевой. Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2011, 544 с.
9. В Україні кількість інтернет-користувачів у 2019 році збільшилась на 8%. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2797152vukraini-kilkist-internetkoristuvaciv-zroslo-do-23-miljoniv.html> (дата звернення: 11.01.2021).
10. Вайер А.М. Інтерактивні форми політичної комунікації. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2019. Вип. 64. С. 134-144.

11. Вайєр А.М. Місце політичних рішень в процесі розвитку сучасної України. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2019. Вип. 63. С.194-205.
12. Вайєр А.М. Технологія створення політичного іміджу. *Evropský politický a právní diskurz*. 2018. Vol. 5, Issue 1. S. 176-180.
13. Василик М. А. Основы теории коммуникации. Москва: Гардарики, 2003. 615 с.
14. Великий англо-український словник /під. ред. Є. Гороть. Київ: Нова книга, 2011. 1700 с.
15. Вердероса Э. Электронные выборы в Бразилии. *Государственное управление в переходных экономиках: Ежеквартальное издание программы «Инициатива реформирования местного самоуправления и государственных услуг»*. Институт открытого общества, 2003. № 4. С. 22-23.
16. Взаємодія органів державної влади з громадськістю: теорія та практика державного управління: монографія / А.О. Дегтяр, А.В. Халецький, С.В. Белай. Донецьк: Донбас, 2012. 415 с.
17. Вибори народних депутатів України 2019. Центральна виборча комісія
URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/wp501pt001f01=919.html> (дата звернення: 20.11.2019).
18. Вітман К.М. Етнополітична інтеграція на пострадянському просторі: проект союзу Росії, України та Білорусі. *Держава і право*. 2010. Вип. 49. С. 661-666.
19. Вітман К. М. Інтollerантність у мас-медіа та публічному дискурсі. *Держава і право*. Київ, 2012. Вип. 55. С. 520-526.
20. Вітман К. М. Культурне розмаїття як механізм нейтралізації конфліктогенного потенціалу етнічності. *Держава і право*. Київ, 2010. Вип. 47. С. 629-636.
21. Вітман К. М. Особливості сучасного етапу розвитку етнонаціональної політики в Україні. *Держава і право*. Київ, 2011. Вип. 52. С. 543-549.

- 22.Вітман К. М., Кормич А. І. Відеоблоги як інноваційний засіб політичної комунікації. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Гельветика, 2021. Вип. 68. С.52-57.
- 23.Воронкова В. Муніципальний менеджмент. Київ: Голос України, 1997. 256 с.
- 24.Гавра Д.П., Таранова Ю.В. Имидж территориальных субъектов в современном информационном пространстве: учеб. пособие. СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2013. [URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1412238647_4184.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1412238647_4184.pdf) (дата звернення: 13.02.2020).
- 25.Гобсон Дж. А. Империализм /пер. В.Б. Беленко. Москва: Либроком, 2010. 288 с.
- 26.Гобсон Дж. А. Проблемы бедности и безработицы / пер. Л. Зак. СПб.: Изд-во О.Н. Поповой, 1990. 376 с.
- 27.Горчева А.Ю. Политический менеджмент постсоветской России. Москва: МГУ, 2003. 192 с.
- 28.Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. з англ. А. Д. Ковалев. Москва: Кучково поле, 2000. 304 с.
- 29.Громадянське суспільство в Україні / Редактори-упорядники: Н. Демчук, Л. Кудіна. Київ: Молодіжна альтернатива, 2004. 57 с.
- 30.Гусєв В. Концептуальні засади формування державної інноваційної політики. *Вісник НАДУ*. 2002. № 4. С. 84-92.
- 31.Гуссерль Э. Метод прояснений. Современная философия науки: знание, рациональность, ценности в трудах мыслителей Запада: Учебная хрестоматия. 2-е изд. Москва: Логос, 1996. С. 365-375.
- 32.Гуссерль Э. Область чистого сознания. Язык и интеллект. Москва: Прогресс, 1995. С. 14-94.
- 33.Дегтярев А.А. Методологические подходы и концептуальные модели в интерпретации политических решений. *Полис*. 2003. № 1. С. 159-170.

- 34.Дегтярев А.А. Принятие политических решений. Москва: МГУ, 2004. 416 с.
- 35.Державна адміністрація зв'язку Міністерства транспорту та зв'язку України. Інформація про стан галузі зв'язку в Україні за січень вересень 2010 року [URL: http://www.stc.gov.ua/uk/publish/article/63905;jsessionid=74272699CD5567EABC58176020654B1B](http://www.stc.gov.ua/uk/publish/article/63905;jsessionid=74272699CD5567EABC58176020654B1B) (дата звернення: 23.06.2019).
- 36.Деркач А., Жукова, В., Лаптева, Л. Политическая психология. Москва: Деловая книга, 2001. 858 с.
- 37.Дженнингз Б, Томпсон С. Основы воздействия СМИ / Пер. с англ. В. Кулеба, Я. Лебеденко. Москва: Издательский дом Вильяме, 2004. 432 с.
- 38.Джиги Т. В. Політична реклама в Україні. Київ: Центр вільної преси, 2002. 77 с.
- 39.Дзьобань О. П., Мануйлов С. М. Віртуальні комунікації: до проблеми філософського осмислення сутності. *Вісник Національного університету «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого»*. 2015. №3(26). С. 7-17
- 40.Для чего украинцы используют Интернет. Исследование. URL: <https://delo.ua/business/dlja-chego-ukraincy-ispolzujut-internet-issledovanie-322461/> (дата звернення: 09.02.2021).
- 41.Дніпренко Н.К. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів. Київ: Вістка, 2008. 164 с.
- 42.Доповідь про стан та перспективи розвитку інформатизації та інформаційного суспільства в Україні за 2010 рік: проект; Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.dknii.gov.ua/index.php/uk/2010-09-14-09-33-59/2010-09-14-09-36-42> (дата звернення: 08.06.2020).
- 43.Друкер П. Классические работы по менеджменту / пер. О. Медведь. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. 220 с.
- 44.Друкер П. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества / пер. С. Писарев. Москва: Вильямс, 2007. 336 с.

- 45.Дюверже М. Политические партии / пер. з фран. А. А. Зимина. Москва: Академический Проект, 2002. 560 с.
- 46.Ежов, А., Ежова, К. Актуальные теоретические проблемы исследования политического имиджа. Chişinău: USM, 2011. С.496-499.
- 47.Електронна демократія: вперше в Україні! URL: <http://gurt.org.ua/news/events/266/> (дата звернення: 03.04.2019).
- 48.Електронне голосування. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Електроннеголосування> (дата звернення: 08.05.2019).
- 49.Єфтені Н. М. Проблеми формування політичної культури в сучасному українському суспільстві. *Актуальні проблеми політики*. 2014. Вип. 53. С. 267-274.
- 50.Єфтені Н. М. Політичне маніпулювання: особливості застосування. *Актуальні проблеми політики*. 2015. Вип. 56. С. 234-241.
- 51.За рік карантину кількість українських користувачів у соцмережах зросла на 7 млн і досягла 60% населення *GlobalLogic. Interfax Україна* URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/telecom/730770.html> (дата звернення: 03.09.2021).
- 52.Завгородня Ю. В., Пехник А. В. Сучасні загрози кібертехнологій у політичному процесі. *Актуальні проблеми політики: Збірник наукових праць*. 2021. Вип. 68. С.76-82.
- 53.Зверев А.Л., Башков А.В. Роль Интернет-коммуникаций в выработке политических представлений российских граждан. *Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология*. 2013. № 3. С. 87-99
- 54.Ильясов Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. Москва: ИМА-пресс, 2000. 200 с.
- 55.Карминес Э.Г., Хакфельд Р. Политическое поведение: общие проблемы. *Политическая наука: новые направления / Под ред. Р. Гудин, Х.-Д. Клингеманн*. Москва: Вече, 1999. С. 235-261.
- 56.Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшенз. Теория и практика / пер. Я. В. Заблоцкий. Москва: Изд. дом «Вильямс», 2008. 624 с.

57. Кількість великих українських YouTube-каналів за 2020 рік зросла на 35-45%. Interfax Україна URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/telecom/732570.html> (дата звернення: 26.02.2021).
58. Ключковський Ю. Стабілізація виборчого законодавства – одне з основних завдань сучасного розвитку України. *Вісник Центральної виборчої комісії*. 2008. №3(13). С. 19-23;
59. Ковалевський В. Опосередковуючі ланки політико-владної інформаційної взаємодії: структура, функції, статусна динаміка. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ. 2007. Вип. 10. С. 126 -148
60. Козинець, О., Пророченко В. Становлення та розвиток теорії поділу влади в історії світової політико-правової думки. *Підприємництво, держава і право*. 2020. № 1. С. 165-169.
61. Конституція України, прийнята на V сесії Верховної Ради України від 28 червня 1996 року № 254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
62. Консультації з громадськістю. Напрями, технології, досвід: метод. посіб. / Н.К. Дніпренко, М.Г. Таранченко, Н.В. Окша; заг. ред. А.В. Толстоухова; Секретаріат Кабінету Міністрів України. Харків: Нове слово, 2004. 32 с.
63. Кормич Л. І. Політична реформа в Україні: проблеми відповідності теорії і практики. *Актуальні проблеми держави і права*. Одеса: Юридична література, 2013. Вип. 3. С. 138-143.
64. Кормич Л.І. Сучасні тенденції реформування системи вищої освіти України: здобутки і проблеми. *Актуальні проблеми політики: зб. наук. праць*. Одеса: Фенікс, 2017. Вип. 60. С. 179-188.
65. Кормич Л.І., Кормич А.І. Варіативні можливості реформування вищої освіти України в європейському контексті. *Актуальні проблеми політики: зб.наук.праць*. Одеса: Гельветика, 2020. Вип. 65. С. 18-25.
66. Кочубей Л.О. Вибірчі технології: політичний аналіз (на прикладі виборів до парламенту сучасно ї України). Київ: Юридична думка, 2006. 280 с.

- 67.Красницкий Н. В. Принятие политических решений: теория, методология, модели. URL: http://niu.ranepa.ru/nauka/wp-content/uploads/2012/06/politResh_2_10.pdf (дата звернення: 03.05.2020).
- 68.Краснопольська Т. М. Європейські моделі молодіжної політики та перспективи для України. *Політичне життя*. 2019. Вип. 3. С. 31-36
- 69.Кройтор А.В. Конституційні засади становлення парламентаризму в Україні. *Актуальні проблеми політики*. 2017. вип. 59. С. 223-238
- 70.Крюкова С., Рафальский Д. Дмитрий Разумков: «Коломойский не делает сейчас ничего такого, что сильно вредит стране. *Украина: информационно-аналитический мониторинг*. 2019. №5, С. 28-33.
- 71.Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика. Москва: ЮНИТИ-ДАНА,2010. 302с.
- 72.Купцова І. І. Імідж-технології в політичному процесі сучасної України: дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. Нац. ун.-т "Одеська юридична академія". Одеса, 2013. 189 с.
- 73.Кухта Б. Політична влада та її рішення. Львів: ЦИД, 2006. 237 с.
- 74.Лазаренко Н. І., Коломієць А. М., Паламарчук О. М. Комунікація в інтернет-просторі: психологічний аспект. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2018. Т.65. №3. С. 249-259
- 75.Лапина М.А. Государственное управление в переходный период к информационному обществу. *Социодинамика*. 2016. № 1. С. 1-22.
- 76.Левин К. Динамическая психология: Избранные труды. Москва: Смысл, 2001. 572 с.
- 77.Ледяев В.Г. Кто правит? Дискуссия вокруг концепции власти Роберта Даля. *Социологический журнал*. 2002. № 3. С. 31-68.
- 78.Леушкин Р.В. Виртуальный социальный конструкт как социально-онтологическое образование. *Вопросы культурологии*. 2015. № 1. С. 30-34.

- 79.Леушкин Р.В. Структурно-конструктивистский подход к пониманию виртуальной социальной коммуникации. *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 5. С. 21
- 80.Лысенкова М.Ф. Особенности политической интернет-рекламы. *Политика и Общество*. 2012. № 2. С. 104.
- 81.Максимович Д.С. Интернет блоги официальных представителей власти как инструмент реализации символического капитала власти и создания легитимирующих структур сознания. С.И. Самыгин. *Вестник ЮРГТУ (НПИ)*. 2010. № 2. С. 181-186.
- 82.Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. Москва: НП ИД «Русская панорама», 2012. 688 с.
- 83.Малькевич А.А. Средства массовой коммуникации в избирательном процессе современной России: состояние, система, механизмы взаимодействия: дисс. ... канд. полит. наук. СПб., 2003. 37 с.
- 84.Мамонтова Е. В. Соціотворчий потенціал символу: політико-управлінський аспект. *Панорама політологічних студій: Науковий вісник Рівненського державного гуманітарного університету*. 2012. Вип. 9. С. 121-130
- 85.Маркова О.Н. Сетевые сообщества: понятие, структура, перспективы развития в образовании. [URL: it-n.ru/attachment.aspx?id=90382](http://it-n.ru/attachment.aspx?id=90382) (дата звернення: 10.12.2020).
- 86.Мартин У. Дж. Информационное общество. *Теория и практика общественно-научной информации. Ежеквартальник / АН СССР. ИНИОН*; 1990. № 3. С. 115-123.
- 87.Мелешко К. Креатив для кандидата. *Главред*. 2009. № 42. С. 24-28.
- 88.Мелконян Н. СМИ как основной элемент актуализации политического имиджа. [URLhttp://www.noravank.am/upload/pdf/212_ru.pdf](http://www.noravank.am/upload/pdf/212_ru.pdf)http://www.noravank.am/upload/pdf/212_ru.pdf (дата звернення: 03.08.2019).
- 89.Милосердна І. М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 64. С. 118-133

90. Милосердна І. М. Моделі демократичних перетворень в кінці XX - на початку XXI ст.: регіональний вимір. *Актуальні проблеми політики*. 2018. Вип. 61. С. 67-76
91. Милосердна І. М. Участь громадянського суспільства у протидії корупції: досвід країн Центрально-Східної Європи. *Політичне життя* 2019. Вип. 3. С. 37-43
92. Мостовая М. Я. Проблемы развития инновационной инфраструктуры в Украине и их решение. [URL: http://uiis.com.ua/conf_73/](http://uiis.com.ua/conf_73/) (дата звернення: 05.11.2019).
93. Наумкіна С. М., Груєва О.В. Флешмоб як спектакулярний видовищно-ігровий різновид політичного акціонізму. *Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: науковий журнал*. Київ: Міленіум, 2018. № 2. С. 73–79.
94. Наумкіна С. М. Мультикультуралізм як стратегія соціально-політичного розвитку сучасних європейських країн: позитивні та негативні прояви. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 4. С. 60-64;
95. Наумкіна С. М., Дяченко О. В. Блогосфера як потужний інструмент сучасної політичної діяльності. *Політичні трансформації сучасного суспільства: колективна монографія / за наук. редакцією Т. Шаравари*. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. 216 с. С. 76-84.
96. Наумкіна С. М., Зіскін О.С. Технологічний чинник видозміни інституту соціальної держави *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія : Політичні науки*. 2019. № 4. С. 53-58.
97. Недяк І.Л. Политический маркетинг. Основы теории. Москва: Весь мир, 2008. 352 с.
98. Ніколаєнко Т. Агітація за державні гроші. [URL: http://www.pravda.com.ua/articles/2009/12/23/4560788/](http://www.pravda.com.ua/articles/2009/12/23/4560788/). (дата звернення: 03.12.2019).
99. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. А.Н. Нестеренко. Москва: Начала, 1997. 180 с.

100. Оніпко О. Шляхи вдосконалення технології виборчого процесу. *Вісник Центральної виборчої комісії*. 2006. № 4 (6). С.67-74;
101. Основи організації громадянського суспільства: навч.-метод. посіб. / А. А. Халецька, О.О. Ахмедова, А.В. Халецький. Донецьк: РА Ваш імідж, 2012. 125 с.
102. Отчет о положении в области развития электросвязи /ИКТ: среднесрочный обзор целей Всемирной встречи на высшем уровне по информационному обществу (ВВУИО) / Всемирная конференция по развитию электросвязи (ВКРЭ-10). Хайдарабад, 24 мая 4 июня 2010 г. URL: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/wtdr_10/index.htm (дата звернення: 11.07.2020).
103. Передвиборна програма політичної партії Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина». URL: <https://ba.org.ua/programm/> (дата звернення: 02.12.2019).
104. Політологічний енциклопедичний словник / за ред. В. П. Горбатенко. Київ: Генеза, 2004. 736 с.
105. Польовий М. А. Деякі проблеми вибору методів моделювання для дослідження політичних процесів. *Політичне життя*. 2016. Вип. 1-2. С. 47-54
106. Пономарев Н.Ф. Политические коммуникации и манипуляции. Москва: Аспект Пресс, 2007. 128 с.
107. Пономарєва Е.Г., Никифорова А.Э. Инновация как научная и политическая проблема. *Свободная мысль*. 2011. № 1. С. 29-44.
108. Почепцов Г. Профессия: имиджмейкер. Київ: МВФ Студцентр, 2000. 256 с.
109. Предвыборная программа политической партии «Оппозиционная платформа За жизнь» «Мир! Ответственность! Забота!». URL: <http://zagittya.com.ua/page/programma.html> (дата звернення: 03.05.2020).
110. Прохоренко А.М. Впровадження інноваційних політичних технологій у функціонування інститутів державної влади в контексті концепції

- соціальної модернізації. *Держава і право: Збірник наукових праць* Серія: Юридичні та політичні науки. Київ, 2020. № 88. С. 315-323.
111. Прямая демократия Швейцарии в цифровую эпоху [URL: http://www.swissinfo.ch/rus/detail/content.html?cid=36670692&link=cto](http://www.swissinfo.ch/rus/detail/content.html?cid=36670692&link=cto) (дата звернення: 18.10.2019).
 112. Пушкарева Г.В. Политические коммуникации. *Политология: Лексикон* / Под ред. А.И. Соловьева. Москва: РОССПЭН, 2007. 800 с.
 113. Рада отменила госфинансирование партий, которые не набрали 5% на выборах [URL: https://hromadske.ua/ru/posts/kyiv-v-blizhajshee-vremya-popadet-v-krasnuyu-zonu-22-oktyabrya-komissiya-usilit-karantin-klichko](https://hromadske.ua/ru/posts/kyiv-v-blizhajshee-vremya-popadet-v-krasnuyu-zonu-22-oktyabrya-komissiya-usilit-karantin-klichko) (дата звернення: 16.01.2020).
 114. Рекомендации Комитета министров Совета Европы CM /Res (2009) 1 государствам-участникам Совета Европы по электронной демократии и пояснительная записка (2009). Сайт ПАСЕ. URL: [<https://www.coe.int/t/r/parliamentary_assembly/>](https://www.coe.int/t/r/parliamentary_assembly/) (дата звернення: 28.05.2020).
 115. Ровинский Р.Е. Самоорганизация как фактор направленного развития. *Вопросы философии*, 2002. № 5. С. 67-77
 116. Руссо Т.Ю. Процесс принятия политических решений в США: Институциональные аспекты. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. Москва, 2005, 25 с.
 117. Семенова Л. Генезис и современное состояние проблемы формирования профессионального имиджа. Екатеринбург, 2008. [URL: http://www.sun.tsu.ru/mminfo/000063105/326/image](http://www.sun.tsu.ru/mminfo/000063105/326/image). (дата звернення: 09.01.2020).
 118. Сергеев В. М. Инновации как политическая проблема. *Полития*. 2008. №1. С. 114-125.
 119. Соловьев А. И. Политология. Политическая теория. Политические технологии: Учебник. Москва: Аспект Пресс, 2005. 565 с.

120. Социальные сети, ТОП самых популярных в Украине и странах мира 2020. URL: <https://marketer.ua/the-most-popular-social-networks-in-the-world/>. (дата звернення: 05.01.2021).
121. Социологический опрос: Влияние средств массовой информации на политические взгляды молодежи. 2018. URL: <http://www.ianketa.ru/anketa/294105078/> (дата звернення: 14.12.2020).
122. Степанець Ю. Принципи співпраці державних установ та неурядових організацій у реалізації публічної політики. Як це працює в Україні. URL: <http://vinmaidan.org/blog/1203.html>. (дата звернення: 03.09.2020).
123. Сугак О.А. Процесс принятия внешнеполитических решений США. *Молодой ученый*. 2012. № 7. С. 214-217
124. Телешун С. О. Практикум з інформаційно-аналітичної діяльності в публічній політиці та роботі правоохоронних і спеціальних служб. Севастополь: Вид. Кручинін Л. Ю., 2009. 168 с.
125. Теория и практика связей с общественностью. Имидж публичного политика. URL: <http://sviazyobsh.ru/2013-02-10-19-21-22/194-imidzh-publichnogo-politika-psixologicheskie.html> (дата звернення: 30.08.2019).
126. ТОП рейтинг блогів URL: <https://uainfo.org/rating> (дата звернення: 03.02.2021).
127. ТОП-15 україномовних каналів у YouTube. Media Sapiens. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/24034/2020-01-09-top-15-ukrainomovnykh-kanaliv-u-youtube-sered-250-naypopulyarnishykh-zakilkistyu-pidpysnykiv-ne-znayshlosya-i-desyat-ukrainomovnykh-blogeriv/>. (дата звернення: 11.01.2021)
128. Тоффлер О. Третья волна / пер. В. Лях. *Сучасна зарубіжна філософія. Хрестоматія*. Київ: Либідь, 1996. С. 275-335.
129. Троллинг как работа. URL: <http://lazarev.ru/news/41-2013-09-09-13-07-08/1394-2014-02-04-05-0438.html> (дата звернення: 03.10.2020)

130. Украина в Топ-10 по объему интернет-аудитории в Европе. URL: <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/18573/42/lang,ru/> (дата звернення: 10.01.2021)
131. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / пер. Д. Павловой, В. Кирющенко, М. Колопотина. Москва: АСТ, 2004. 730 с.
132. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия. *МЭ и МО*. 1989. № 12. С. 6-14.
133. Халецький А.В. Використання онлайн-комунікацій в процесі взаємодії органів державної влади з громадськістю. *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління*. Сер. Державне управління. Т. XII. Вип.198. Донецьк: Донецький держ. ун-т управління, 2011. С. 257-271.
134. Халецький А.В. Проблеми та перспективи становлення інститутів громадянського суспільства на регіональному рівні. *Західноукраїнський науковий вісник (науковий журнал з питань права, економіки, державного управління)*. 2012. № 4. С. 49-52.
135. Харитонов О.Г. Недемократические политические режимы. *Политическая наука*. 2012. № 3. С. 9-30.
136. Христич А. Высокотехнологичное надувательство. *Комп&ньоН*. 2011. № 22. URL: www.management.com.ua/ims/ims188.html (дата звернення: 12.11.2020)
137. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: в 3 ч. Ч. 1. Москва: РАУ, 1992. 180 с.
138. Шевчук О. В. Індиферентність політичних технологій: структурний і функціональний виміри. *Актуальні проблеми політики*. Одеса: Гельветика, 2020. Вип. 66. С. 11-16
139. Шумпетер Й. Теория экономического развития / пер. В. С. Автономов. Москва: Директмедиа Паблицинг, 2008. 401 с.

140. Яковлев Д. В. Соціологія політичного вибору: контури теорії. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2016. Вип. 4. С. 194-197
141. Яковлев Д.В., Кройтор А.В., Тімченко К.А. «Апостоли» індоктринації: ідеологічні особливості репрезентації релігійного вибору у системі середньої освіти (на основі аналізу інтерв'ю експертів). *Ідеологія і політика*, 2019. Вип. 2. С. 29-46
142. Яндекс: статистика української блогосфери. URL: <https://yandex.ua/blog/company/1651> (дата звернення: 03.08.2020)
143. 10 Top Hottest Blog Topics by Popularity and Revenue. URL: <http://brandongaille.com/10top-hottest-blog-topics-by-popularity-and-revenue/> (дата звернення: 07.06.2020)
144. According to Statista.com. URL: <https://www.statista.com/statistics/469152/number-youtube-viewers-united-states/> (дата звернення: 09.10.2020)
145. Anderson J.E. Public Policy-Making. N.Y: Holt Rinehart and Winston. 1984. 520 p.
146. Baines P.R., Brennan R., Egan J. «Market» Classification and Political Campaigning: Some Strategic Implications. *Journal of Political Marketing*. 2003. Vol. 2. № 2. P. 47-66.
147. Bartels L.M. Uninformed Votes: Information Effects in Presidential Elections. *American Journal of Political Science*. 1996. Vol. 40. No 1. P. 194-230.
148. Benton, R., Woodward, G. Political Communication in America. New York: Praeger, 1985. 405 p.
149. Bernays, E. Down with Image. Up with Reality. *Public Relations*, 1977, vol.22. P. 12-14
150. Bird, P. Sell yourself. Persuasive tactics to boost your image. London: Trans-Atlantic Publications, 1994. 192 p
151. Blogosphere. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Blogosphere> (дата звернення: 07.08.2020)

152. Bolander B. Language and Power in Blogs, John Benjamins Publishing Company, 2013. 275 p.
153. Boorstin, D. J. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. New York: Vintage Books, 1971. 319 p.
154. Bruce, B. Images of power. How the image makers shape our leaders. London: Kogan Page, 1992. 192 p.
155. Christensen H.S. Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? First Monday. 2011. Vol. 16. № 2. URL: <http://goo.gl/8o4PFR> (дата звернення: 03.07.2020)
156. Converse P.E. Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes. *Public Opinion Quarterly*. 1962. Vol. 26. No 4. P. 578-599.
157. Council of Europe. Recommendation on legal, operational and technical standards for evoting explanatory memorandum. Rec(2004)11. URL: <http://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=778189>. (дата звернення: 03.06.2020)
158. Downs A. An Economic Theory of Democracy. New York: Harper and Row, 1957. 310 p.
159. Ewen S. Crystallization of public opinion. New York: iG Publishing, 2011. 452 p.
160. Global e-Government Survey 2012. URL: <https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2012-Survey/unpan048065.pdf> (дата звернення: 25.06.2020)
161. Google: один українець в середньому щоденно переглядає понад 55 хвилин контенту на YouTube. ITCua URL: <https://itc.ua/news/google-odin-ukra%D1%97necz-v-serednomu-shhodenno-pereglyada%D1%94-ponad-55-hvilin-kontentu-na-youtube/> (дата звернення: 18.02.2021)
162. Griffith M. Z. Papacharissi. Lookingfor you: An analysis of videoblogs. First Monday. URL: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2769/2430> (дата звернення: 03.07.2020)

163. Hill M. *The Policy Process in the Modern State*. London: FreePres. 1998. 252 p.
164. Hofstadter R. *Metamagical Themas*<http://avalonlibrary.net/ebooks/Douglas%20Hofstadter%20%20Metamagica%20The%20mas.pdf> (дата звернення: 03.08.2020)
165. Holbrook T.M. Presidential Campaigns and the Knowledge Gap. *Political Communication*. 2002. Vol. 19. No 4. P. 437-454.
166. International Telecommunication Union. *The World in 2014. ICT: Facts and Figures* URL: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/index.html> (дата звернення: 15.11.2020)
167. It's Not Slacktivism if it Changes Culture. URL: <http://goo.gl/ziYW5G> (дата звернення: 11.08.2020)
168. Kormych L. I., Kormych A. I. E-democracy and enhancing public administration in Ukraine: the issues of transition. State and law in the context of globalization: realities and prospects. Lviv-Toruń: Liha-Pres, 2019. P. 52-70.
169. Krimmer R., Schuster R. The EVoting Readiness Index. Working Paper Series on Electronic Voting and Participation. 2008. №1.
170. Kwak N. Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis. *Education, Motivation, and Media Use. Communication Research*. 1999. Vol. 26. No 4. P. 385-413.
171. Lasswell H.D. *The Decision Process: Seven Categories of Functional Analysis*. Maryland: University of Maryland Press, 1956. 412 p.
172. Lipset S.M., *Political Philosophy*. Washington: Congressional Quarterly Press, 2001. 458 p.
173. Litan R. E. Law and Policy in the Age of Internet. *Duke Law Journal*. 2001. Vol. 50. № 4. P. 145.
174. Littau J. *The virtual social capital of online communities: media use and motivations as predictors of online and offline engagement via six measures of community strength: A Dissertation for the degree of Ph.D.* Columbia: University of Missouri, 2009. 196 p.

175. Martin J.D., Schoenbach K. Predictors of blogging activity in six Arab countries. *The International Communication Gazette*. 2016. Vol. 78(8). Pp. 733–754.
176. McNair B. An Introduction to Political Communication. New York: Routledge, 2003. 250 p.
177. Meinardus R. The Political Impact of the Internet. The Friedrich Naumann Foundation. 26-27 March 2003. URL: <http://goo.gl/iXSBUP> (дата звернення: 21.07.2020)
178. Mescon M., Albert M., Khedouri F. Management: Individual and Organizational Effectiveness. 2nd ed. N.Y.: HarperCollins College Div, 1985.
179. Nadeau R. et al. Election Campaigns as Information Campaigns: Who Learns What and Does it Matter? *Political Communication*. 2008. Vol. 25. No 3. P. 229- 248.
180. Newman B.I., Williams Ch.B. Introduction: A 10 Year Perspective on the Role of Marketing in Politics. Political Marketing in Retrospective and Prospective / Ed. by Ch.B. Williams, B.I. Newman. Abingdon: Routledge, 2013. P. 1-7.
181. Norris P. A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 420 p.
182. Norris P. Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 303 p.
183. Norris P., Inglehart R.F. Cosmopolitan communications: Cultural diversity in a globalized world / Norris, Pippa, and Ronald F. Inglehart. New York: Cambridge University Press, 2009. 526 p.
184. Pasecinic V. Psihologia imaginii. Chişinău: Ştiinţa, 2006. 176 p.
185. Political crowdfunding is one of the innovative social technologies. *Регіональні студії*. Ужгород: «УНУ», 2017. Вип. 11. С. 25–29
186. Popovich M.G. Creating High-perfomance Government Organization. A *Public Guid for Public Manager*. San-Francisco: Jossey-bass Publishers, 1998. 191 p.

187. Rainie L., Smith A. Politics on Social Networking Sites. URL: <http://goo.gl/b28ADT>
188. Reynolds P. Blogs: To Trust or not to Trust? URL: newsvote.bbc.co.uk/mpapps/paetools/print/news/bbc/co/uk/1/hi/tech.../496550.st (дата звернення: 04.12.2020)
189. Russia has World's Most Engaged Social Networking Audience. comScore: 2014. URL: http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2014/7/Russia_has_World_s_Most_Engaged_Social_Networking_Audience. (дата звернення: 21.10.2020)
190. Sampson, E. The image factor. A guide to effective self-presentation for career enhancement. London: M&E Handbooks, 1994. 201 p.
191. Simon H.A. Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization. 3rd ed. N.Y.: The Free Press, 1976.
192. Stoiciu A. Comunicarea politică. Cum se vînd idei și oameni. București: Humanitas-Libra, 2000. 278 p.
193. Swanson D.L., Mancini P. Patterns of Modern Campaigning and Their Consequences. Electoral Politics, Media, and Modern Democracy. *An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences* / Ed. By D.L. Swanson, P. Mancini. Westport: Praeger Publishers, 1996. P. 247-276.
194. Tichenor P.J., Donoghue G.A., Olien C.N. Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. *Public Opinion Quarterly*. 1970. Vol. 34. No 2. P. 159-170.
195. Understanding Research, Science and Technology Parks: Global Best Practice: Report of a Symposium / Wessner Ch. W. (Ed.). Committee on Comparative Innovation Policy: Best Practice for the 21st Century; National Research Council, 2009. 196 p.
196. Verna P. User-Generated Content: More Popular than Profitable, eMarketer Digital Intelligence, Jan. 2013. URL: <http://bit.ly/2kFg78R> (дата звернення: 21.08.2019)

197. Wallsten K. Agenda Setting and the Blogosphere: An Analysis of the Relationship between Mainstream Media and Political Bloggers. *Review of Policy Research*. Vol.24, № 6. 2007. Pp. 567-587.
198. Wallsten K. Political Blogs: Transmission Belts, Soapboxes, Mobilizes, or Conversation Starters? *Journal of Information Technology&Politics*. Vol. 4. №3 2007. Pp. 19-40;
199. Wilson W. The study of Administration. *Political Science Quarterly*. Vol. 2. No. 2 (Jun., 1887). Pp. 197-222. URL: http://www.commentary.com/admin_thoughts_1887.pdf (дата звернення: 21.10.2020)
200. Wolfsfeld G., Yarchi M., Samuel-Azran T. Political information repertoires and political participation. *New Media & Society*. 2016. Vol. 18(9). Pp. 2096-2115.
201. Wring D. Conceptualising Political Marketing: A Framework for Election-Campaign Analysis. *The Idea of Political Marketing* / Ed. by N.J. O'Shaughnessy, S.C.M. Henneberg. Westport: Praeger Publishers, 2002. P. 171-186.
202. Zaller J. A theory of political parties: Groups, policy demands and nominations in American politics. *Perspectives on Politics*. 2012. Vol. 3. No 10. P. 571-597.

**Список публікацій здобувача за темою дисертації і відомості про
апробацію результатів дисертації**

**Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати
дисертації**

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Вайєр А.М. Переваги та недоліки голосування в інтернеті. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2017. Вип. 60. С. 262-272.
2. Вайєр А.М. Напрями сучасних наукових досліджень політичних технологій. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2018. Вип. 61. С. 84-94.
3. Вайєр А.М. Місце політичних рішень в процесі розвитку сучасної України. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2019. Вип. 63. С.194-205.
4. Вайєр А.М. Інтерактивні форми політичної комунікації. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2019. Вип. 64. С. 134-144.
5. Прохоренко А.М. Впровадження інноваційних політичних технологій у функціонування інститутів державної влади в контексті концепції соціальної модернізації. *Держава і право: збірник наукових праць*. Серія: Юридичні та політичні науки). Київ, 2020. Вип. 88. С. 315-323.

Статті в міжнародних наукових журналах:

6. Вайєр А.М. Технологія створення політичного іміджу. *Evropský politický a právní diskurz*. 2018. Vol. 5, Issue 1. S. 176-180.

Опубліковані праці апробаційного характеру:

7. Вайєр А.М. Інтерактивні форми Інтернет комунікації як сучасний інструмент діяльності адвоката. *Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Адвокатура: минуле, сучасність та майбутнє»*, Одеса, 10 листопада 2017 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С 544-546.

8. Вайєр А.М. Специфіка політичної інформації в мережі Інтернет. *Всеукраїнська наукова конференція студентів та аспірантів «Верховенство права очима правників-початківців»*, Одеса, 18 листопада 2017 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С. 580-582 .

9. Вайєр А.М. Процес інноваційного розвитку політичних технологій відповідно до підходу Й. Шумпетера. *Міжнародна науково-практична конференція «Правові та інституційні механізми забезпечення розвитку України в умовах європейської інтеграції»*, Одеса, 18 травня 2018 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т.1. С. 246-248.

10. Вайєр А.М. Генезис та трансформація політичних технологій. *Матеріали всеукраїнської звітної науково-практичної конференції «Грані права: XXI століття»*, м. Одеса, 19 травня 2018 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т. 2. С. 470-472.

11. Вайєр А.М. Соціальні мережі як інструмент політичного маніпулювання. *Міжнародна науково-практична конференція «Правове життя сучасної України»*, м. Одеса, 17 травня 2019 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2019. С. 234-236.

12. Вайєр А.М. Політичний маркетинг як технологія впливу на суспільство. *Міжнародна науково-практична конференція «Розвиток суспільних наук: європейські практики та національні перспективи»*, м. Львів, 27-28 грудня 2019 р. Львів: ГО «Львівська фундація суспільних наук». 2019. С. 90-92.

13. Вайєр А.М. Застосування виборчих технологій в Україні. Соціально-політичні проблеми сучасності: *тези доповідей V Всеукр. наук. конф.*

студентів і молодих учених. (м. Дніпро, 20 березня 2020 р.). Дніпро: ТОВ «Роял Принт», 2020. С. 39-40.

14. Вайєр А.М. Інтернет-комунікація як форма самоорганізації інформаційного суспільства. *Правове життя сучасної України: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* Одеса, 15 травня 2020 р. у 3 т. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Т. 1. С. 243-244.

15. Прохоренко А.М. Технологія створення політичного іміджу. *Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції «Місце суспільних наук у системі сучасного гуманітарного знання XXI століття»* (м. Київ, 18-19 грудня 2020 р.). Київ: ГО «Київська наукова суспільнознавча організація», 2020. С.80-82.

16. Прохоренко А.М. Вплив інтерактивної політичної комунікації на формування політичної свідомості суспільства. *The 10th International scientific and practical conference «Actual trends of modern scientific research»* (May 9-11, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany, 2021. P. 320-323.

17. Прохоренко А.М., Савон К.В. Вплив діджиталізації та політичної комунікації на сприйняття України міжнародними партнерами в епоху пандемії. *«Наука та суспільне життя України в епоху глобальних викликів людству у цифрову еру» (з нагоди 30-ти річчя проголошення незалежності України та 25-ти річчя прийняття Конституції України): матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* Одеса, 21 травня 2021 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика». 2021. С.205-208.

18. Кормич Л.І., Прохоренко А.М. Інноваційні механізми взаємодії держави та громадянського суспільства. *The 10th International scientific and practical conference «Fundamental and applied research in the modern world»* (June 9-11, 2021), Boston, USA, 2021. P. 474-478.