

3. Harwell D. Top AI researchers race to detect ‘deepfake’ videos: ‘We are outgunned’. The Washington Post. 2019. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2019/06/12/top-ai-researchers-race-detect-deepfake-videos-we-are-outgunned/>. (дата звернення: 19.09.2021).
4. Mak T. Where Are The Deepfakes In This Presidential Election? NPR. 2020. URL: <https://www.npr.org/2020/10/01/918223033/where-are-the-deepfakes-in-this-presidential-election>. (дата звернення: 19.09.2021).
5. Simonite T. What Happened to the Deepfake Threat to the Election? Wired. 2020. URL: <https://www.wired.com/story/what-happened-deepfake-threat-election/>. (дата звернення: 19.09.2021).
6. Vaccari C. Chadwick A.. Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. SAGE Journals. 2020. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305120903408>. (дата звернення: 19.09.2021).
7. Vincent J. Watch Jordan Peele use AI to make Barack Obama deliver a PSA about fake news. The Verge. 2018. URL: <https://www.wired.com/story/what-happened-deepfake-threat-election/>. (дата звернення: 19.09.2021).

Куценко М. М.

Національний університет «Одеська юридична академія»

студентка

МЕДІАТИЗАЦІЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНИХ КАМПАНІЙ: ВПЛИВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ НА ВИБОРИ В ОДЕСІ

Чи впливає телебачення на результат виборів? Реалії «короткого» ХХ століття (за Е. Гобсбаумом) та першої чверті ХХІ століття, які у цілому можна назвати «довгим століттям телебачення»,

однозначно дають позитивну відповідь. Наукова оцінка ролі телебачення у електоральних кампаніях є важливою частиною загальної оцінки всього виборчого процесу. Це можна пояснити тим, що саме телебачення стало основою процесу медіатизації політики у цілому та електорального процесу, зокрема. Телебачення не тільки передає інформацію, а створює цілісну систему інтерпретації політичної реальності. Варто відзначити, що «у структурі інформаційної взаємодії посткомуністичної епохи телебаченню відводиться роль або посередника, медіатора між політичними акторами, або власне дійової особи, актора політичного простору. Певною мірою це відображало посткомуністичні трансформаційні траєкторії українських мас-медіа: від функцій «спостерігача» та «інформатора громадськості» середини 90-х років минулого століття до суб'єкта маніпуляції громадською думкою на початку нинішнього» [4]. Використовуючи два типи взаємодії телебачення із аудиторією, які впливають на вибори: 1) «телебачення для виборців»; 2) «телебачення для кандидатів». У взаємодії «телебачення для виборців» журналісти не просто інформують виборця щодо тих чи інших кандидатів, але й роз'яснюють тим самим виборцям їх права і обов'язки, навчають, як ці права захистити. У моделі «телебачення для кандидатів» журналісти допомагають спілкуватися з виборцями, транслювати їм свої меседжі, інформувати про плани, а також про результати їх політичної (партійної) діяльності.

Конструюючи новини, телебачення формує власний імідж неупередженого, незалежного та об'єктивного джерела інформації. При цьому використовується весь арсенал електоральної кампанії: опитування виборців, інформування щодо роботи виборчої комісії, висвітлення діяльності різних (альтернативних) політичних сил і платформ, розповідь про кандидатів, проблеми і інциденти, що відбуваються на виборах, процедура проведення самих виборів (процес волевиявлення громадян і оголошення результатів виборів). Проте кожна телекомпанія має власника, який так чи інакше зацікавлений у певному результаті електоральних змагань. Не є винятком і одеський медіа-простір.

Наприклад, напередодні місцевих виборів 2020 року один із популярних одеських телеканалів «Думська-ТВ» активно просувало кандидатів від «ЄС», зокрема – Петра Обухова [1]. В Одесі сформувався новий, порівняно із радянським періодом, правлячий клас – власників телеканалів. Вони використовують телебачення задля політичного впливу. Їх впевнено можна назвати медіакратією. Відповідно, «існує загроза медіатизації політики, зведення її до рівня мас-медійного шоу з розігруванням смислу та беззмістовними діалогами» [4]. До медіакратії можна віднести власників провідних одеських телеканалів – представників влади та бізнесменів. Так, телеканали «Глас», «Плюс», «Град» пов'язують із Г. Трухановим, «Думська. TV» із народним депутатом О. Гончаренко, телеканал «Академія» – із Д. Голубовим, «Репортер» із С. Ківаловим [3]. «7 канал» із А. Ківаном, медіахолдинг «KDIGITAL. TV» із О. Козирем, «Перший міський» з В. Немирівським [3]. На сьогодні єдиною альтернативою медіакратії, яка спирається на телебачення, є медіакратія, яка формується із власників інтернет-ресурсів. У статті журналу «Forbes» з назвою «Social Media Could Determine The Outcome Of The 2020 Election» [2] визначено, що соціальні мережі не просто впливають на результати виборів, а буквально визначають їх. Наразі, соціальні мережі визнано найбільш активними джерелами політичної інформації та електорального впливу.

Список використаних джерел

1. Думська. URL: <https://dumskaya.net/tag/petr-obuhov/> (дата звернення: 24.09.2021)
2. Кому належать одеські ЗМІ. Аналіз Інституту масової інформації. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/articles/komu-nalejat-odeski-zmi-analiz-institutu-masovoji-informatsiji-i598> (дата звернення: 24.09.2021)
3. Хто впливає на одеські ЗМІ? Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/articles/hto-vplivae-na-odeski-zmi-i162> (дата звернення: 24.09.2021)

4. Яковлев Д.В. Політична інтеракція у сучасній Україні: особливості та складові : автореф. дис. ... д-ра політ. наук. Одеса, 2009. 30 с.
5. Suci P. Social Media Could Determine The Outcome Of The 2020 Election. URL: <https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2020/10/26/social-media-could-determine-the-outcome-of-the-2020-election/?sh=f50b5c026f60> (дата звернення: 24.09.2021)

Левенець М. Ю.

*Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського
студент*

ДЕМОКРАТІЯ В ЕЛЕКТРОННОМУ ПРОСТОРІ

аразі, коли світ йде «в ногу з часом», з'явилося поняття електронної демократії, як нове бачення політичного режиму суспільством. Чи є це «доповненням» до класичного поняття демократії чи повністю нова її форма?

Якщо заглибитися у проблему е-демократії, то можна побачити, що вона є «частиною» електронного урядування. А це є одним із вагомих чинників перебудови політичної влади та державних інституцій, а також спрощує демократизацію суспільства завдяки розвитку інформаційних технологій.

Е-демократія є інструментом для оптимізації процесів між владою та громадянами і для неї визначальним є голос народу, а якщо конкретніше, то сучасною взаємодією голосу народу та влади. Е-демократія дозволяє й надалі збільшувати «гучність» голосу тим, чиї голоси звучать «тихіше», а також спрощує висловлення своїх поглядів через рівноправний вимір. Вона може привести до появи більш колективних форм прийняття рішень.

Першими проявами були е-петиції, е-консультації, е-голосування тощо. Е-демократія дає прозорість, доступність, швидкість