

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

**ФІЛОСОФСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ІСТОРІЇ ПОЛІТИЧНОЇ НАУКИ**

## **Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної (магістерської) роботи

другого (магістерського) рівня вищої освіти

**“Політика та інтернет: політичні комунікація в умовах розвитку сучасних інформаційних технологій”**

**Виконав:**

Студент VI курсу групи ФФІм–21с

спеціальності 052 політологія

Демиденко В.С.

**Керівник:**

кандидат політичних наук, доцент Бунь В.В.

**Рецензент:**

кандидат політичних наук, доцент Шиманова-Стефанишин О.В.

Львів - 2021 року

## ЗМІСТ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ВСТУП</b> .....   | <b>3</b>  |
| <b>1. Теоретико-методологічні засади та розвиток досліджень політичної інтернет-комунікації</b> .....          | <b>7</b>  |
| <i>1.1. Зародження наукових досліджень політичної комунікації</i> .....  | <i>7</i>  |
| <i>1.2. Дослідження політичної комунікації в період розвинутого індустріального суспільства</i> .....          | <i>14</i> |
| <i>1.3. Дослідження політичної комунікації в умовах глобального інформаційного суспільства</i> .....           | <i>20</i> |
| <b>2. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології як фактор еволюції соціально-політичних відносин</b> ..... | <b>27</b> |
| <i>2.1. Еволюція комунікативних мереж у процесі розвитку політичної взаємодії</i> .....                        | <i>27</i> |
| <i>2.2. Сучасні технології політичної комунікації</i> .....  | <i>35</i> |
| <b>3. Політична інтернет комунікація</b> .....   | <b>42</b> |
| <i>3.1. Роль, функції та форми політичної інтернет комунікації</i> .....                                       | <i>42</i> |
| <i>3.2. Інтернет комунікація у діяльності політичних партій</i> .....  | <i>53</i> |
| <b>ВИСНОВКИ</b> .....  | <b>64</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....  | <b>67</b> |

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Політична комунікація, яка досить тривалий час виступала в якості одного з напрямів політичних досліджень, в останні десятиліття почала набувати все більш важливого місця. Очевидно, що відбувається посилення інформатизаційних процесів в сучасному суспільстві, яке заключається у впровадженні електронних засобів зв'язку і комп'ютерних систем обробки інформації. Тому стає зрозумілим, що політична наука має приділити цим процесам значну увагу. Проте, разом з тим, така увага до політичної комунікації залишає величезну кількість порожніх місць, оскільки інформатизація політичних процесів впроваджується настільки швидкими темпами, що подальші дослідження наслідків використання нових засобів комунікації в політиці потребують все більше уваги та ресурсів.

Дослідження політичної комунікації мають відносно довгу історію. Серед ключових досліджень політичної комунікації можна назвати дослідження найвідомішого представника американської політичної науки Г. Лассвела, який активно вивчав феномен політичної пропаганди та був одним з основоположників концепції масової комунікації і пропаганди. Серед інших відомих вчених, які належали до теоретиків масової комунікації, слід зазначити таких авторів як Г. Блумер, Х. Ортега-і-Гассет, З. Фройд та багатьох інших.

Після другої світової війни було засновано і кілька теоретичних шкіл політичної комунікації. К. Дойч і Д. Істон стали основоположниками кібернетичного підходу та системного аналізу в області політичної комунікації. Г. Алмонд і Дж. Коулман впроваджували досягнення функціоналізму Т. Парсонса і Р. Мертона в сфері політичної науки і політичної комунікації. Дуже цікавим продовженням функціоналізму також можна назвати дослідження, що отримали назву теорії модернізації, в рамках якої Л. Пай і В. Шрамм проводили змістовні досліди ролі політичної комунікації в країнах, що розвиваються.

Варто виділити концепцію двоступеневої комунікації, розроблену П. Лазарсфельдом, Е. Кацом, Б. Берельсоном, Х. Годе та іншими. Дана концепція, проте, критикує підхід масової комунікації, вказуючи на її недостатню увагу до міжособистісних форм спілкування і до вагомого впливу малих груп на прийняття політичних рішень.

Також можна підкреслити значення неомарксистського підходу в дослідженні політичної комунікації. Серед численних вчених, що представляли цей підхід, найбільшу популярність здобули Т. Адорно, М. Горкгаймер, Г. Маркузе.

Вагомий вплив на сучасні дослідження політичної комунікації здійснила концепція інформаційного суспільства, створена колективними зусиллями таких авторів, як Дж. Гелбрейт, У. Мартін, І. Масуда, Ф.Махлуп, Т. Стоуньєр, Е. Тоффлер, А. Турен, Дж. Несбітт, Ф. Уєбстер та багатьох інших. Відповідно до цієї теорії, сучасне суспільство, на відміну від індустріального, характеризується процесами, які більше спрямовані на виробництво інформації, обмін інформацією та її споживання.

До сучасних досліджень в області політичної комунікації також слід віднести праці Д. Грабера, Р. Дейберта, С. Канінгема, Д. Мервіна, Б. Ньюмена, В. Ноймана, А. Портера, О. Ярена та багатьох інших. Особливо слід виділити праці М. Кастельса, що поєднують в собі різні теоретичні підходи: від класичної політекономії до мережевих досліджень і концепції інформаційного суспільства.

На вітчизняному порищі проблеми політичної комунікації стали також предметом дослідження С. Барматової, В. Бебика, Ю. Ганжурова, О. Гриценка, С. Денисюка, О. Дубаса, О.Кортунова, С.Кашавцевої, В. Недбая, Г. Почепцова, В. Різуна, І. Слюсаренка, М. Соколова, Є. Тихомирової, О. Зернецької, Н. Костенко, Ю. Мазурка, Б. Потятинника, Г. Почепцова, Д. Товмаша, М. Томенка та ін.

Проте у сучасності обсяг і швидкість передачі політичної інформації постійно збільшуються, підвищується роль ЗМІ, інтернету та сучасних ІКТ у створенні та поширенні, інформаційних потоків, у ефективній взаємодії влади та суспільства. Тому, на передній план відбувається висування саме політичної інтернет-комунікації. Політичний дискурс інтернет-комунікацій стає всезагальним та глобальним, вирішуючи наступні питання: створення інформаційного контенту, передача політичної інформації, структурування політичного простору тощо. Уявлення людей про діяльність політичних акторів формуються засобами сучасних ІКТ. Відбувається комунікативне забезпечення пропагандистського супроводу політичних кампаній, формування особливого політичного інтернет-простору, який набуває глобального характеру, впливу та ознак особливої влади в сучасному інформаційному суспільстві.

**Мета.** Враховуючи вищесказане, метою даної роботи є спроба визначити основні теоретико-методологічні підходи до аналізу політичної комунікації, дослідити розвиток досліджень політичної комунікації, зокрема політичної комунікації за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (надалі ІКТ), розкрити поняття, форми та види політичної інтернет комунікації, дослідити напрями та способи використання і застосування політичної інтернет комунікації учасниками політичних відносин в умовах розвитку сучасних ІКТ.

Відповідно до визначеної мети поставлено наступні **завдання**:

- проаналізувати основні етапи розвитку наукової думки з проблеми політичної комунікації;
- простежити еволюцію наукових підходів до розуміння сутності політичної комунікації;
- дослідити історичні трансформації теорій політичної комунікації;
- визначити теоретико-методологічні основи дослідження політичної інтернет-комунікації;

- розкрити поняття, форми та види політичної інтернет комунікації;
- дослідити застосування сучасних ІКТ в процесах політичної комунікації;

**Об'єкт дослідження.** Політична комунікація в умовах розвитку ІКТ.

**Предмет дослідження.** Основні теоретико-методологічні підходи до аналізу політичної комунікації, тенденції розвитку та використання політичної комунікації за допомогою сучасних ІКТ, їх форми та види, інструменти політичної комунікації в умовах сучасності.

**Структура та обсяг роботи.** Дана робота складається з вступу, трьох розділів, семи підрозділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг курсової роботи становить 70 сторінок. Список використаних джерел налічує 53 найменування.

# 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТА РОЗВИТОК ДОСЛІДЖЕНЬ ПОЛІТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ КОМУНІКАЦІЇ

## 1.1. Зародження наукових досліджень політичної комунікації

«Без спілкування розум не може набути справжньої людської природи, а суспільство відповідно не може існувати і розвиватися, тому що тільки через спілкування відбувається накопичення і подальший розвиток знань, умінь і навичок», – говорить Ч. Кулі у своїй статті «Важливість комунікації» [43, с. 145]. Відомий американський політолог Л. Пай переймає цей висновок у сферу політики, рішуче заявляючи, що «політичне життя в будь-якому суспільстві неможливе без чітких та визначених методів політичної комунікації» [14, с. 123]. Інші дослідників також прийшли до подібних висновків про важливість комунікації в політиці завдяки сучасним інформаційно-телекомунікаційним технологіям (далі ІКТ).

Більше того, деякі дослідники висунули гіпотезу, що в результаті змістовних економічних, соціальних, політичних трансформацій, які розгорнулися в розвинених країнах і відповідно призвели до подальшого формування сучасного інформаційного суспільства, збільшується значення комунікацій загалом, а особливо комунікацій політичних. Глобальним результатом багатьох досліджень цього питання стало уявлення про те, що в сучасних демократіях спостерігається тривала тенденція до трансформації парламентсько-представницької системи на медіа-представницьку. Оскільки «демократія є єдиною формою політичного життя суспільства, в якій політика повинна постійно здійснювати процес комунікації» [28], демократичні політичні системи, які стикаються з труднощами у підтримці тісного контакту з громадянами через традиційні політичні інститути, зараз все більше уваги приділяють політичній комунікації за допомогою сучасних ІКТ.

Проте, варто відмітити, що підвищення значення політичної комунікації та зміна її ролі відбувається не тільки в розвинених країнах, а й у країнах з перехідною політичною та економічною системами. Але саме в цих країнах

“медіазалежність” політичних процесів може нести певну загрозу реформам. Наприклад, А. І. Соловйов пише: «Особливо складна ситуація в цьому плані спостерігається не в демократично та індустріально розвинутих країнах, а в суспільствах з перехідною економікою, де демократична форма організації влади, ще не впроваджена повністю, але вже набирає обертів інша політична альтернатива – медіакратія» [30, с. 11].

Тому безсумнівно, що медіатизація комунікації як такої, безпосередньо впливала і на зростання уваги до теми політичної комунікації зокрема. Особливо це стосується політичних інтернет-комунікацій, про що буде зазначено згодом.

Власне перші експерименти щодо використання інтернет-технологій у політиці як засіб впливу на передвиборчу кампанію та для можливості проведення пропаганди датуються початком 1990-х років, коли у 1993 р. у США з’явився перший офіційний веб-сайт білого дому [8, с. 109].

Водночас актуальність досліджень політичної комунікації за допомогою ІКТ не повинна затьмарювати історію досліджень у сфері політичної комунікації як такої, адже сучасні теорії політичної комунікації, зокрема за допомогою ІКТ, очевидно що були б неможливі без класичних теоретико-методологічних напрацювань з політичної комунікації. Тому мені здається цілком розумним почати з основних теоретичних досліджень про природу політичної комунікації, розглянути історичні етапи розвитку існуючих теорій та дослідити їх суть.

Політична комунікація, у її найзагальнішому уявленні, — це процес, коли певна політична інформація передається від однієї особи до іншої (або від групи до групи) [49, с. 188]. За більш детальним визначенням Р.-Ж. Шварценберга, політична комунікація — це «процес передачі політичної інформації, за допомогою якого вона переміщується від однієї частини політичної системи до іншої та між політичною системою та соціальними системами» [37].



Через те, що політична комунікація відображає політичну реальність, можна разом з Ч. Кулі стверджувати, що вивчення системи комунікації в суспільстві є одним із найкращих способів розуміння соціальних змін такого суспільства [43, с. 147]. Водночас, різним політичним системам певним чином відповідають й різні системи політичної комунікації. Це створює можливість досліджувати політичну реальність за процесами передачі політичної інформації. Отже, необхідність вивчення політики як сфери людського життя, що очевидно супроводжується процесами комунікації, стала закономірним і очікуваним явищем, і відповідно дала поштовх дослідженням власне політичної комунікації.

В свій час, однією з перших теорій, що стала основою для вивчення політичної комунікації, була теорія масового суспільства. Багато поглядів на цю теорію висловлювали такі автори як Г. Арндт, Е. Дюркгейм, Г. Блумер, Г. Лассвелл, Е. Канетті, Г. Ле Бон, К. Мангейм, Х. Ортега-і-Гассет, Г. Спенсер, З. Фройд. та інші, які вважали, що в індустріальному світі маси стають основною соціальною одиницею.

За класичним визначенням Г. Блумера, маси — це «елементарні спонтанні групи, які мають певну схожість із натовпом, але які багато в чому радикально відрізняються від нього» [41, с. 43]. Він виділив такі відмінні характеристики маси:

- формується представниками різних соціальних, культурних, расових, професійних груп населення;
- маси — це анонімні групи;
- взаємодії між учасниками маси мінімальні, в силу того, що вони фізично відокремлені один від одного;
- в масах немає чіткої організаційної структури [43].

На думку Г. Блумера, вагомим інструментом, який об'єднує людей у маси, є ЗМІ. Тому в якості гарного прикладу маси Г. Блумер відзначав людей, які одночасно стежать за новинами у ЗМІ в пошуках якоїсь дрібної новини. Абсолютно різні люди, з різними вподобаннями та характеристиками, з різними поглядами та думками, що споживають продукти ЗМІ, у цьому випадку стають масою. В силу того, що маси не мають чіткої структури, керівництва, статусів і ролей, то очевидно, що їх не можна сприймати як суспільство. Але при цьому, це і не натовп, тому що на відміну від нього, маса не підлягає активним діям згідно із вказівками лідера. Реакція мас менш агресивна, але настільки ж базова, як і реакція натовпу. Тому медіа продукція і все, що стосується масової культури, виробляються в елементарному вигляді.

Одним із перших дослідників, які пролили світло на такі вагомні аспекти політичної комунікації, як пропаганда, громадська думка та стереотипи, був В. Ліпман, який у 1922 р. опублікував книгу «Громадська думка», яка стала класичною працею з цього приводу. На його погляд, громадська думка — це сукупність масових думок про якусь подію, що впорядковані за допомогою стереотипів, і яка є досить далекою від реального стану цієї події. Він заявляє, що існуючі стереотипи впливають не тільки на сприйняття політичної інформації людьми, а й на саму підготовку та виклад політичних подій журналістами. Свої висновки В. Ліпман зробив на основі аналізу друкованих ЗМІ.

Сучасною інтерпретацією ідей В. Ліпмана є теорія Дж. Клеппера, яка говорить нам про те, що масова комунікація в суспільстві розвивається відповідно до моделі гомеостазу, коли сприйняття інформації від ЗМІ знаходиться в рівновазі з пануючими стереотипами у суспільстві [52].

Між Першою та Другою світовими війнами, класик американської політології Г. Ласвел виклав низку праць, що були направлені на аналіз загальної моделі політичної комунікації, місце пропаганди в політичному житті суспільства та інші актуальні проблеми з теорії масової комунікації. Ласвел

розробив універсальну модель, яка відповідає за процес політичної комунікації. Ця формула говорить про те, що “найкращим способом опису комунікаційного процесу є відповідь на наступні запитання: хто звітує? що звітує? який канал для звітування? кому він звітує? з яким результатом?” [14, с. 127]. Таким чином, для нього загальна модель комунікації складається з п’яти елементів:

- автор повідомлення;
- саме повідомлення;
- канал зв'язку;
- одержувач повідомлення;
- вплив, який був досягнутий завдяки комунікації.

Ключовою формою комунікативного впливу в політиці Г. Ласвелл називав пропаганду, яку він пояснював як відповідний процес «управління колективними уподобаннями шляхом маніпулювання значущими символами» [50, с. 176]. Досить вагоме місце в цьому процесі мають ЗМІ, оскільки в сучасному житті політична комунікація здійснюється здебільшого як раз у формі масової комунікації. За його класичним визначенням, масова комунікація — це «цілеспрямований вплив комунікатора на аудиторію за допомогою повідомлень, що передаються технічними засобами» [31]. Через те, що споживачі ЗМІ знаходяться в стані маси, на них легко впливати. Ця точка зору називається теорією «чарівної кулі».

Наприкінці 1940-х — на початку 1950-х років «політична комунікація» отримує свій розвиток як самостійна галузь політології. Це було обумовлено багатьма причинами. По-перше, після Другої світової війни почали розвиватись технології масової комунікації, з'явилося телебачення. По-друге, через загострення холодної війни, посилилась пропаганда і політично-комунікаційні технології отримали змогу для розвитку та подальшого застосування. По-третє, значний вплив на концепції політичної комунікації здійснили кібернетичний

підхід Н. Вінера, функціоналізм Т. Парсонса та Р. Мертона, про які поговоримо далі.

Отож, досить вагомий вплив на розвиток суспільних наук зробив Н. Вінер, який стверджував, що «розуміння суспільства можливе тільки шляхом дослідження сигналів та приналежних до них засобів зв'язку» [9]. Власне одним з ключових досягнень кібернетики є відкриття зворотного зв'язку. Тобто політична система здійснюватиме свою роботу ефективно, доки існує достовірна інформація, яка отримується за допомогою зворотнього зв'язку. Якщо зворотний зв'язок спотворений, то відповідно політична система не може адекватно реагувати на зміни у середовищі.

Досягнення кібернетичної концепції справило значний вплив на появу соціологічної теорії функціоналізму Т. Парсонса та Р. Мертона, які розробили концепцію про те, що суспільство є складною системою, яка складається з чотирьох менших підсистем (економічної, політичної, соціальної та духовної). В цій теорії політична комунікація є однією з найважливіших системних функцій, суть якої полягає в тому, що вона забезпечує зв'язок між різними соціальними структурами, а незалежні індивіди стають об'єднаним суспільством [26].

Структурний функціоналізм з теоретичної точки зору протиставлявся концепції «чарівної кулі», наголошуючи на важливості глибшого підходу до розуміння суті комунікації та наполягаючи на необхідності зворотного зв'язку. Крім того, почали з'являтися дані про неефективність політичних кампаній, що були засновані на концепції масового суспільства. Власне до 1940-х — початку 1950-х років усі пропагандистські та політичні кампанії в США базувалися на теорії масового суспільства. Проте президентські виборчі кампанії 1940 р. і особливо 1948 р. показали безнадійність цієї концепції, адже в обох випадках кандидати, яких підтримували ЗМІ, зазнали поразки. Особливо показовий приклад 1948 року, коли «Трумена підтримували 16,2% щоденних американських газет, що становить лише 14% їх загального тиражу. Проте

Трумен отримав 49,5 відсотка голосів» [31]. Тому теоретики та вчені, що досліджували питання політичної комунікації почали шукати нові підходи до розуміння політичної комунікації.

## 1.2. Дослідження політичної комунікації в період розвинутого індустріального суспільства

Інший американський політолог, якого вважають основоположником загальної теорії політичної комунікації, К. Дойч, пішов ще далі у питанні політичної комунікації. Він дивиться на політичну систему виключно як на систему виробництва та обміну інформацією та спростовує думку про те, що сила чи насильство є самою суттю політики. Адже влада може базуватися також на таких джерелах, як гроші, традиції тощо. Однак найбільшого значення він відводив політичній інформації, яка отримується якраз шляхом політичної комунікації.

Дойч вважав, що сутність політики вимірюється комплексом питань, що стосуються політичного керівництва. Він порівняв політичне управління з процесом керування транспортним засобом. Подібно до того, як капітан корабля визначає курс на основі інформації про пройдену відстань, так і політичні лідери на основі наявної політичної інформації здійснюють керування своїми політичними силами. Отже, можна зробити висновок, що від якості та послідовності політичної комунікації певною мірою залежить функціонування самої політичної системи, а сенс політичних лідерів зводиться до політичного менеджменту [45].

Також К. Дойч вказував на досить значну особливість політичної комунікації, яка проявляється в передачі політичної інформації від покоління до покоління. Формуючи соціальну пам'ять, політична комунікація зберігає етнічну та національну спільність, політичну культуру та традиції суспільства. На основі цього політична система суспільства набуває стабільності і набирає обертів.

Американські політологи Г. Алмонд і Дж. Коулмен продовжували вивчення політичної системи відповідно до функціоналізму і представили політичну комунікацію як певну опцію політичної системи.

На їх думку у кожній політичній системі можна виділити такі функції «введення»:

- політична соціалізація та залучення до участі;
- артикуляція інтересів;
- об'єднання інтересів;
- політична комунікація.

І відповідно функції виходу:

- розробка норм-законів;
- застосування норм;
- контроль за дотриманням норм.

Функції введення виконують переважно недержавні установи, а вихідні функції належать уряду. Сама по собі політична комунікація зазвичай відбувається як на «вході», так і на «виході» політичної системи. У своїй роботі Г. Алмонд і Дж. Коулман стверджують: «Усі функції, які виконує політична система, здійснюються за допомогою політичної комунікації» [8].

Проте представники функціоналізму вважали, що нерозвиненість політичної комунікації є однією з головних причин низької адаптивності політичної системи, що має наслідком втрату підтримки населення та політичну нестабільність. Власне рівень розвитку політичної комунікації в суспільстві можна виміряти за кількома напрямками. З позиції структурного функціоналізму існують наступні критерії оцінки політичної комунікації:

- однорідність політичної інформації, передача якої здійснюється через комунікаційні канали;
- мобільність передачі політичної інформації;

- обсяг політичної інформації, яка була передана;
- спрямованість передачі політичної інформації [8, С. 56].

Варте уваги також дослідження відомого американського політолога Л. Пая. Говорячи про політичну комунікацію в традиційних суспільствах, він пише: «Найважливішою характеристикою комунікації в традиційних суспільствах є те, що вони не організовані в окрему систему відносин, яка різко відрізняється від інших соціальних процесів. У традиційних системах бракувало професійних комунікаторів, і ті, хто залучений до політичної комунікації, робили це, виходячи зі свого соціального чи політичного становища в суспільстві. Зазвичай інформація поширювалася ієрархічними лініями або відповідно до традиційних уявлень кожного окремого суспільства. Таким чином, процес політичної комунікації в традиційних суспільствах цілком залежить від структури соціальних відносин у суспільстві та змісту політичних повідомлень» [30].

На думку Л. Пая, в індустріальних суспільствах політичні комунікації включають дві важливі складові. По-перше, це наявність сучасних засобів комунікації та досить велика група професіоналів, які зайняті у цій сфері. По-друге, це зворотній зв'язок. Пай зазначає, що політичні комунікації «не спираються лише на ЗМІ, оскільки існує відчутна взаємодія між професійними комунікаторами та тими, хто займає впливові позиції у сфері професійних та особистих відносин» [30].

В. Шрам, відзначаючи зміни у сфері політичної комунікації, необхідні для якісної модернізації традиційних суспільств, відзначав три напрямки:

- збільшення інформаційних потоків, викликане розширенням політичного горизонту від локальних подій до національних і глобальних;
- більш широка участь людей у політичних подіях та прийнятті рішень;



- постійне навчання новим видам суспільно-політичної та професійної діяльності, заснованим на використанні нових комунікаційних каналів [53].

Варто сказати, що в сучасному суспільстві політична інформація знаходить різні шляхи передачі. Між рівними та незалежними політичними акторами відбувається горизонтальна політична комунікація. Вертикальна політична комунікація здійснюється між залежними та нерівними політичними акторами (наприклад, між центральним урядом та інституціями місцевого самоврядування). У вертикальній політичній комунікації інформація передається як зверху вниз у вигляді наказів, законів так і знизу вгору у вигляді громадської думки, заяв, скарг. Про це Л. Пай пише: «політична комунікація передбачає не одностороннє спрямування сигналів від еліт до мас, а весь спектр неформальних комунікаційних процесів у суспільстві, які дуже по-різному впливають на політику» [30].

Отже, успішна модернізація суспільства очевидно потребує постійного збільшення кількості комунікаційних каналів та їх вмілого використання для мобілізації мас. В Шрам робить висновки: «Немає сумніву, що сучасні комунікації є ключовим важелем впливу в країнах, що розвиваються» [53, с.20].

Говорячи про системний підхід до масових комунікацій, можна говорити, що він дає змогу проводити масштабні порівняльні дослідження на макрорівні. Проте системний підхід має певні труднощі у поясненні динаміки соціальних систем і комунікаційної підсистеми зокрема. Вирішенням цієї проблеми стала теорія двоступеневої комунікації, сформульована американськими соціологами П. Лазарсфельдом, Б. Берельсоном, Е. Кацем, Г. Годе, Р. Мертоном та ін. Вона зародилася в 1940 р., а докладне обґрунтування отримала 1955 р.

На думку прихильників теорії двоетапної комунікації, суспільство не є таким однорідним, яким його намагаються представити теоретики масового суспільства. В ньому наявні лідери думок, тобто люди, чия думка є необхідною для інших. Відповідно, прихильники цієї позиції вважають, що під час

виборчих кампаній, збільшення обсягу політичної інформації не призводить до формування політично обізнаних верств громадян, а лише збільшує дози нової інформації для конкретних лідерів думок, які цікавилися політичними проблемами і до початку таких кампаній [51, с. 123-124]. Ідеї, що поширюються у ЗМІ, не просто знаходять своє відображення у свідомості таких лідерів, а й на відміну від мас, піддаються розумінню та інтерпретації. Якщо якась ідея набуває схвалення від лідерів думок, вони починають її підтримувати та пропагувати. А отже пропагандистські кампанії повинні мати на меті не просто масове та бездумне поширення інформації, а й розуміння необхідності досягнення взаєморозуміння з ключовими фігурами суспільства.

Іншим ключовим відкриттям для політичної комунікації стала переоцінка ролі різних засобів масової комунікації. Порівнювалися канали зв'язку, такі як газети, журнали та радіо, адже у 40-50-х роках у США саме вони вважалися головними комунікаційними каналами і, відповідно, вони впливали на більшість суспільства. Опитування показували, що не дивлячись на те, що друковані журнали втрачають людей у цифрах, вони виграють з точки зору якості аудиторії: «Лідери думок вдвічі частіше читають газети і слухають радіо, ніж звичайні громадяни, і втричі більше - журнали» [30]. Таким чином, двоетапна комунікація нівелює помилкове уявлення про пряму залежність між кількістю масової інформації та результатами поведінки людей.

В подальшому теорія двоетапної комунікації зазнала серйозного перегляду. Концепція тріступеневої, а потім багатоступеневої комунікації постає як удосконалення теорії двоетапної комунікації [21, с. 138-149]. Ця концепція досі залишається на озброєнні у політичних консультантів, рекламодавців та спеціалістів зі зв'язків з громадськістю.

Дослідженнями політичних комунікацій в індустріальних суспільствах також займалися Т. Адорно, М. Горкгаймер, Г. Маркузе, Г. Шиллер та інші неомарксистичні. ЗМІ, відповідно до їх підходу, з одного боку виступають як засіб

виробництва і джерело збагачення буржуазії, а з іншого — як інструмент ідеологічного контролю [12, с.165].

Ю. Габермас, вважає, що необхідно проводити чіткий розподіл між владою, яка виникає в процесі комунікації, і владою адміністративною. У політичній сфері «зустрічаються і перетинаються два протилежних процеси: з одного боку, комунікативне формування легітимної влади, що народжується в процесі комунікації вільної від будь-яких репресій політичної спільноти, а з іншого, таке забезпечення легітимності через політичну систему, за допомогою якої адміністративна влада намагається керувати політичними комунікаціями»[11]. А отже, за Габермасом соціальна комунікація стає центральним поняттям політики, оскільки створює владні відносини. “Використання виключно адміністративної влади неминує призводити до кризи легітимності та необхідності нового спілкування між суб’єктами політичного життя” [47]. У демократичних політичних системах спілкування вільне від примусу. На думку Ю. Габермаса такі системи повинні включати наступні компоненти:

- свобода від тиску;
- тема дискусії – спільні ключові питання;
- заборонені будь-які обмеження на дискурс, його можна відновити за бажанням учасників.

Отже, можна дійти до висновків, що дослідження політичної комунікації в індустріальних суспільствах відійшли від теорій масової комунікації та намагалися пристосовуватись до умов свого часу, яскравим прикладом чого буде зародження кібернетичного підходу та перегляд значимості класичних інструментів політичної комунікації.

### 1.3. Дослідження політичної комунікації в умовах глобального інформаційного суспільства

Мабуть, найвідомішою соціологічною концепцією двадцятого сторіччя є концепція «інформаційного суспільства». Цей термін вперше використав японський соціолог Т. Умесао у 1963 р [17]. На думку Т. П. Вороніної, поняття “інформаційне суспільство” стало другим етапом у розвитку теорії “постіндустріального суспільства”, що з’явилася в 60-70-х роках. Другий етап якраз пов’язаний з концепціями, в яких постіндустріальне суспільство ототожнюється з інформаційним. Ці концепції пов’язані переважно з іменами Е. Тоффлера, І. Масуди та інших [10, с. 27].

Очевидно, що термін «постіндустріальне суспільство» має більш широкий, характер, тому в магістерській роботі перевагу доцільно віддавати терміну “інформаційне суспільство”, оскільки ця теорія базується на такому понятті політичної комунікації як інформація. Постіндустріальний підхід зосереджується на економічних та соціальних аспектах нового суспільства, а інформаційний – переважно на комунікаційних.

Засновник концепції постіндустріального суспільства Д. Белл увагу в своїх працях акцентує на соціально-економічних аспектах трансформації сучасного суспільства. За його спостереженнями до кінця 1960-х років у розвинених країнах була створена основа нової технологічної цивілізації, в економіці якої «пріоритет зміщується з переважного виробництва товарів до виробництва послуг, проведення дослідження, організації системи освіти та підвищення якості життя, в якій клас технічних спеціалістів перетворився на основну професійну групу і, головне, в якій впровадження інновацій все більше стає залежними від досягнень теоретичних знань” [17]. Більше того, якщо в індустріальному суспільстві праця та капітал були ключовими показниками, то в постіндустріальному суспільстві «ними стають інформація та знання» [6, с. 332]. Таким чином клас спеціалістів, які володіють інформацією та знаннями, стає ключовим гравцем на політичній арені.

Д. Белл відзначає про формування нової еліти обізнаних людей «з владою в інституціях, які пов'язані з інтелектуальною діяльністю – наукових організаціях, університетах тощо» [6, с. 332]. На його думку, політичний вплив таких людей буде тільки посилюватися пропорційно їх кількісному зростанню. Але водночас він є противником передачі влади в руки таким людям: «оскільки політичні питання тісніше переплітаються з технічними проблемами, «еліта знань» може створювати проблеми, ініціювати нові запитання та пропонувати технічні рішення для можливих відповідей, але вони не мають влади сказати так чи ні. Останнє є прерогативою політиків, але не науковців чи економістів. У зв'язку з цим уявлення про те, що «еліта знань» може стати новою «елітою влади», є вкрай перебільшеним» [6, С. 341].

Також у роботах Д. Белла можна знайти цікаві та актуальні спостереження щодо каналів комунікації та їх впливу на політичні процеси у суспільстві. Наприклад, він одним із перших відзначив перспективи впровадження комп'ютерів і комп'ютерних мереж як каналу зв'язку. Ось що він писав з цього приводу: «оскільки комп'ютери все частіше використовуються в мережах зв'язку як комутаційні системи, а електронні засоби зв'язку стають невід'ємними елементами комп'ютерної обробки даних, відмінності між обробкою інформації та комунікацією зникають» [6, с. 335].

Основна політична небезпека у розвитку інформаційних технологій, на думку Д. Белла, полягає або в тому, що політична еліта може приховувати важливу інформацію від громадян, або в незаконному розголошенні інформації, що стосується приватного життя. У будь-якому випадку досягається ефект маніпулювання громадською думкою. Таким чином, Д. Белл оцінив перспективи впливу нових інформаційних технологій на політичні процеси радше негативно, ніж позитивно. Водночас, за його словами, «технологія не несе суспільних змін, вона лише дає можливості та інструменти для цього» [6]. Тому негативні тенденції, що супроводжують нові інформаційні технології, можуть бути компенсовані грамотною державною політикою, спрямованою на

досягнення рівного доступу громадян до політичної інформації та захист персональної інформації.

Мабуть, одним із найвідоміших авторів, що відіграв значну роль не лише у розробці концепції інформаційного суспільства, а й у її популяризації, є Е. Тоффлер. Його думки щодо різних аспектів впливу нових інформаційних технологій на соціально-економічні відносини відображені в книзі «Третя хвиля». Незважаючи на те, що Тоффлер ніде у своїй книзі, яка була написана у 1980 році, не використовує термін «інтернет», однак в ній постійно виникають сюжети, де «описуються технології, які в даний час успішно застосовуються в рамках інфраструктури та сервісів інтернету» [35].

Даючи загальну характеристику різних комунікаційних систем, Тоффлер виступає за впровадження децентралізованих комп'ютерних мереж, оскільки в цьому випадку складніше проводити контроль зі сторони органів державної влади, а відповідно, такий контроль зводився б до мінімуму [32]. Крім того, слідкуючи за процесом впровадження новітніх технологій, в іншій своїй книзі Тоффлер прийшов до висновку, що людська психіка часто не витримує швидкості інновацій. Він навіть винайшов новий термін — «футурошок», що означає «стрес і дезорганізація, що виникають у людей, які зазнають занадто багато змін за дуже короткий час» [32]. Щоб уникнути масового прояву футурошку, Е. Тоффлер виступає за вибіркоче впровадження нових інформаційних технологій. За його словами, дуже скоро виникнуть «фундаментальні відмінності між суспільствами, які вибірково підходять до технологічного розвитку, і тими, які користуються будь-якою можливістю» [32]. Тому кожному суспільству просто потрібні політичні інститути, здатні контролювати технічний прогрес і забезпечувати стабільний розвиток.

Великий інтерес з точки зору впливу нових інформаційних технологій на політику представляє концепція технотронної епохи С. Бжезінського, яку він висловив у своїй книзі «Між двома століттями. Роль Америки в епоху технотронів. На думку З. Бжезінського, сучасне суспільство «в культурному,

психологічному, соціальному та економічному плані формується під впливом техніки та електроніки, особливо розвинених у сфері обчислювальної техніки та комунікацій» [42]. Вплив комп'ютерів і комунікацій проявляється у появі дивного явища: з одного боку, руйнуються традиційні стосунки, фрагментується життя індивіда, з іншого – формується глобальний, цілісний світогляд. На думку С. Бжезінського, головною причиною цього явища є розвиток сучасних електронних комунікацій: «Зміни, викликані комунікаціями і комп'ютерами, надзвичайно сприяють пов'язаності суспільства, члени якого перебувають в безперервних і тісних слухово-візуальних контактах, постійно взаємодіючи, беручи співучасть в найбільш напружених соціальних випробуваннях, і їх легко можна підштовхнути до посилення особистого підключення до вирішення навіть досить віддалених проблем. Нове покоління не займається більш визначенням світу, спираючись виключно на читання, воно відчуває світ і відчуває його за допомогою слухово-візуальних комунікацій» [42].

Оцінюючи позицію США на міжнародній арені в нових умовах, Бжезінський зазначає, що технотронна революція має глобальний характер, а трансляція масової культури за допомогою електронних засобів комунікації стає найважливішим важелем зовнішньополітичного впливу. Закономірним наслідком розширення масової культури за допомогою слухово-зорових засобів комунікації є створення нової картини світу, заснованої на основі спрощених образів, доступних масовому споживачу. Замість складних ідеологічних доктрин сучасному виборцю пропонується деідеологізований спосіб життя, який рівномірно включає елементи різних культур.

Погляди Бжезінського багато в чому близькі до підходу іншого теоретика інформаційного суспільства М. Маклюєна, який належить до Торонтської школи комунікації та який опублікував велику кількість праць про різні аспекти політичного комунікаційного процесу в сучасному суспільстві. Маклюєн стверджує, що засіб комунікації як технологія передачі інформації, несе в собі зміну масштабу, швидкості, форми сприйняття цієї інформації. Таким чином засоби комунікації впливають на поведінку як індивідів, так і

соціальних груп. Крім того, засоби комунікації впливають на розвиток людської цивілізації в цілому.

Суть «теорії медіа» добре пояснив один із найвідоміших американських теоретиків комунікації П. Хейер. У короткому вигляді «медійна теорія» ґрунтується на переконанні, що перетворення базової інформації в знання є структурованим процесом. На цей процес сильно впливають засоби матеріального втілення інформації. Іншими словами, засоби зберігання та передачі інформації не є нейтральними. Те, як ми організуємо і передаємо свої знання про світ, за допомогою яких носіїв, має сильний вплив на природу сприйняття світу і на те, як ми його пізнаємо» [48].

Сучасне переломлення «медійної теорії» представлено в книзі Р. Дейберта «Пергамент, друк і гіпермедіа: комунікації в процесі трансформації світового порядку» [44]. На думку вченого, «медійну теорію» не можна трактувати в руслі технічного детермінізму: «різні способи комунікації мають певну логіку або природу, але не в сенсі технічного детермінізму, а в сенсі того, що вони роблять використання певних способів комунікації легше чи важче. Оскільки комунікації є життєво важливою частиною людського існування, то будь-які зміни в способах комунікації мають суттєві наслідки для розподілу влади всередині суспільства, для зміни індивідуальної та соціальної свідомості, а також для перегляду суспільних цінностей» [44].

Таким чином, Інтернет та нові інформаційні технології мають значний вплив на політику. Однак цей вплив не є суворо визначеним. Він лише сприяє посиленню політичного впливу на деякі соціальні групи. На думку Р. Дейберта, саме глобальні комп'ютерні мережі – і особливо інтернет – серйозно змінили можливості та силу транснаціональних соціальних рухів. Вони зробили можливим формування глобального громадянського суспільства.

Не можна також не згадати М. Кастельса, якого вважають провідним теоретиком інформаційного суспільства, який у своїй трилогії «Інформаційна ера: економіка, суспільство, культура» (1996-1998) приділяє велику увагу



засобам комунікації. Слідом за класиками “медійної теорії” Кастельс надає великого значення прогресу засобів комунікації, від винаходу алфавіту до інтернету. Він пише: «оскільки культура вводиться і передається через комунікацію, самі культури, тобто наші історично сконструйовані системи вірувань і кодів, під впливом нової технологічної системи зазнають фундаментальної трансформації» [19, с. 315].

Як приклад нових політичних процесів М. Кастельс говорить про різні групи соціальних протестів. Як уже зазначалося, розвиток електронних засобів комунікації має безпосередній вплив на культурну сферу. Водночас, на думку М. Кастельса, «прояв культурної творчості абстрагується від історико-географічні чинників. Швидше, вони обумовлені мережами електронних комунікацій, які взаємодіють з аудиторією і в кінцевому підсумку утворюють оцифрований аудіовізуальний гіпертекст» [19, с. 503].

Поширення масової електронної культури, вплив знеособленого міжнародного фінансового капіталу та міжнародне розшарування трудової діяльності призвели до виникнення рухів соціального протесту. Основною суперечністю нового суспільства, на думку М. Кастельса, буде протистояння процесів глобалізації та ідентичності суспільства. Цей опір спрямований проти головної тенденції розвитку сучасного суспільства – глобалізації. У той же час інтернет, створений як основний інструмент глобалізації, парадоксальним чином стає одним із найуспішніших засобів об'єднання людей, незадоволених цим процесом.

Отже підсумовуючи даний розділ, слід відзначити, що загалом до окремих аспектів політичної комунікації зверталися чимало дослідників у різні часи. Проте, так чи інакше у формуванні теорії політичної комунікації можна виділити такі етапи:

- 1920-1930 роки – дослідження пропаганди, а також відносно нових засобів впливу на людей – преса і кіно, що сформували поняття „комунікація”. Це етап, коли пропаганду і комунікацію можна було вважати синонімами.

Розробка механізму комунікації Г. Лассвела: комунікатор як відправник повідомлення(суб'єкт); повідомлення як інформаційна одиниця; канал передачі повідомлення – певний засіб комунікації; реципієнт як отримувач повідомлення(об'єкт); ефективність прийому повідомлення (результат комунікації).

- 1940 роки – дослідження П. Лазарсфельда, Г. Годе, що запровадили поняття „двоступенева” комунікація – отримання адресатами політичного повідомлення, що пройшло через невелику групу осіб, які мають на них вплив – лідери громадської думки;

- 1960-ті роки – відкриття зворотного зв'язку комунікативного процесу – дослідження Н. Вінера, К. Дойча;

- 1970-ті й донині – уточнення, доповнення попередніх ідей, зокрема вивчення еволюції типів комунікації, зміст політико-комунікативних текстів, поведінка суб'єктів і об'єктів процесу комунікації, ефективність комунікативної дії та політична комунікація в умовах розвитку сучасних інформаційних технологій.

## **2. СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ЕВОЛЮЦІЇ СОЦІАЛЬНО ПОЛІТИЧНИХ ВІДНОСИН**

### **2.1. ЕВОЛЮЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ МЕРЕЖ У ПРОЦЕСІ ПОЛІТИЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ**

Зараз ми маємо ситуацію, коли зростає кількість і рівень використання сучасних інформаційно-комунікаційних мереж у процесі політичної взаємодії, а тому звернення до аналізу таких мереж є досить актуальним. У нинішній політичній взаємодії пріоритету набувають інтернет-комунікації, які дають можливість розширення свободи в суспільстві, вільних дискусій та публічного діалогу представників різних спільнот та різних політичних сил. Але разом з цим, не потрібно ігнорувати такі загрози стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій як медіатизація політики, інформаційний тоталітаризм тощо. А тому для визначення особливостей та форм їх впливу на політичну дійсність необхідне відповідне дослідження ролі інтернет-комунікацій з точки зору політології та політичної взаємодії.

Цілком очевидно, що зараз сфера впливу сучасних комунікацій стає більшою. Можна відзначити, що сучасний комунікативний простір впливає на формування моделі політичної поведінки, видозмінює розуміння політичної, соціальної, економічної реальності. Стає відчутним вплив процесів глобалізації, оскільки серед досліджень сучасних ІКТ переважають роботи, виконані в рамках постмодерністського підходу. Такий підхід передбачає тлумачення глобального комунікаційного простору як «гіперреальності», «суспільства ризику», «гіпертексту», «віртуальної демократії». За своєю соціальною важливістю та впливом на оточуючу нас реальність сучасні комунікаційні мережі можна порівнювати з електричними мережами індустріального часу. «...Як нові технології виробництва та передачі енергії зробили можливим існування та функціонування фабрик та великих корпорацій, як організаційних основ індустріального суспільства, так і інтернет є технологічною основою організаційної форми інформаційної епохи - глобальної мережі» [18]

На думку Д. Яковлева в пострадянських країнах «існує певний ризик медіатизації політичної взаємодії, зведення її до рівня мас-медіа-шоу з розігруванням сенсу та порожніми діалогами, що призводить до появи нового центру впливу в політичних процесах – медіакратії. Водночас раціональний аргументований дискурс може виступати комунікативним засобом демократизації таких країн. Такі процеси медіатизації, демократизації та раціоналізації створюють альтернативи політичному розвитку посткомуністичної доби: від владної цензури, до можливостей комунікаційної дії, що спрямована на досягнення компромісу і взаєморозуміння» [40, с. 24].

Слід відзначити, що існує багато наукових робіт, що направлені на вивчення еволюції комунікаційних мереж, аналіз їх ролі у розвитку політичної взаємодії. Саме такі наукові праці дозволили здійснити аналіз загальної схеми еволюції ЗМІ: від домінування друкованих ЗМІ у політичній взаємодії (так звана «Галактика Гутенберга»), до розвитку аудіовізуальних засобів масової інформації – ТВ і радіо («Галактика Маклюєна») та до власне сучасних комунікаційних мереж, що поєднують в собі текст, аудіо та відео («інтернет-галактика»).

Загалом, враховуючи еволюцію комунікацій та комунікаційних мереж, концептуальні основи їх вивчення повинні мати наступні методологічні підходи:

- класична позитивістська методологія, що ґрунтується на суб'єктно-об'єктних диспозиціях. Що стосується дослідження комунікації, то цей підхід представлений концепцією структурного функціоналізму, системним методом, концепціями інформаційного суспільства, комп'ютерної футурології тощо;

- некласична методологія, яка базується на когнітивній моделі суб'єкт-об'єктних відносин. До таких підходів належать феноменологія, герменевтика, символічний інтеракціонізм, етнометодологія, теорія комунікативної дії Габермаса;

- посткласичний методологічний підхід, який акцентує увагу на аналізі природи суспільних відносин як суб'єкт-суб'єктних, тобто виходить з принципу інтерсуб'єктивності і фактично виключає об'єктивність. В такому напрямку комунікація представляється не як об'єкт управлінських рішень, а як активне середовище, що здатне до самоорганізації.

Еволюція наукових концепцій і провідних тенденцій у дослідженні мас-медіа здійснюється разом із створенням та розвитком нових комунікаційних мереж. Так, можна говорити про наступні підходи:

- інституційний;
- неінституційний;
- поведінковий;
- структурно-функціональний;
- критичний;
- культурологічний.

Розглянемо їх більш детально. Інституційний підхід базується на інтерпретації ЗМІ як необхідного соціального інституту, як посередника у взаємодії з громадськістю, який проводить збір, створює та відповідно поширює інформацію.

Неінституційний підхід зосереджується на позиціях ЗМІ в політичній взаємодії, покращенні політичного управління, підтримці рівноваги між учасниками соціуму через можливість комунікації.

В рамках поведінкового підходу ЗМІ розглядаються з точки зору сприйняття глядачами. Дослідники такого підходу вивчають взаємозв'язок свідомого та несвідомого під час отримання інформації, а також вплив ЗМІ на масову та індивідуальну політичну поведінку. Дж. Гербнер в рамках такого підходу у своїх роботах визначає комунікацію як соціальну взаємодію за

допомогою повідомлень [40, с 72]. Засоби масової інформації поширюють інформацію в закодованих символічних формах, які створені з метою взаєморозуміння та взаємодії через відповідні процеси спілкування. Тут можна згадати відомий вислів У. Шрамма: «Без комунікації не було б спільноти, так само, як і спільноти не було б без комунікації» [ 40, с.71].

Структурно-функціональний підхід наголошує на проблемах організації діяльності ЗМІ, аналізує їх діяльність, мету та функції в умовах відповідної політичної взаємодії. За цим підходом, однією з основних функцій ЗМІ є підтримка та впровадження соціальної інтеграції через комунікаційну мережу.

Культурологічний підхід включає в себе вивчення особливостей мас-медіа-індустрії, виробництва продукту масової культури, конкретної специфіки медіаконтенту та політичних наслідків сприйняття такого контенту великою аудиторією. Дослідники, які підтримують такий підхід, наголошують на тому, що ЗМІ впливають на формування характеру суспільства, а масова культура дозволяє людині можливість познайомитися з культурними цінностями [22].

Мозаїку культури, що створюється за допомогою аудіовізуальних ЗМІ, вивчав А. Моль. Його дослідження пояснюють створювану мас-медіа культуру як новий етап політичної взаємодії та соціальної комунікації. Такий підхід також піднімає питання щодо відповідальності ЗМІ, наголошуючи на необхідності забезпечувати роботу ЗМІ в інтересах суспільства, а не в інтересах окремих вузьких груп [8].

Іспанський соціолог М. Кастельс вивчає процес переходу та змін ЗМІ від друкованих до сучасних інтернет видань, та описує культуру комунікаційних мереж наступним чином: «інтернет-культура характеризується чотирирівневою структурою:

- техномеритократична культура;

- культура хакерів;

- віртуальна спільнота людей;

- підприємницька культура. У поєднанні вони дають можливість створити ідеологію свободи, яка панує в інтернеті... Культура інтернету – це культура, що базується на технократичній вірі в еволюцію та прогрес суспільства за допомогою технологій, існування яких визначається вільною та відкритою технологічною творчістю, втілена у віртуальних мережах, спрямована на створення нового суспільства та матеріалізована у функціонуванні нової економіки підприємцями, які надихаються можливістю отримання доходу” [18, с 35].

Прихильники символічного інтеракціонізму дотримуються думки, що завдяки міжособистісному спілкуванню формується відповідна соціальна структура, а розвиток комунікативних форм впливає на соціальний розвиток як такий.

Зараз ми маємо ситуацію, коли політична взаємодія опосередковується ЗМІ, а тому складно розглядати дослідження ролі ЗМІ в політичній взаємодії сьогодні без аналізу їхніх варіантів з формування порядку денного. Вирішення даного питання супроводжувалося вирішенням багатьох проблем і в подальшому стало основою для розробки інструментів дослідження діяльності ЗМІ.

Такий термін як “встановлення порядку денного” використовують безліч дослідників, а «теорія встановлення порядку денного» з’явилася в США наприкінці 1960-х років під авторством М. Маккомбса і Д. Шоу. Початкова гіпотеза цих теорій заключалася в наступному: ЗМІ нав’язують свої особисті пріоритети аудиторії таким чином, що аудиторія справедливо починає погоджуватись і вважати важливим та значимим те, що таким вважається у самих ЗМІ. Розпочавши з вивчення ефекту встановлення порядку денного та виявленням позитивної кореляції між темами, встановленими у ЗМІ та суміжними темами громадського порядку денного, науковці продовжили вивчення функціонування ЗМІ як соціального інституту. При цьому вплив ЗМІ

пов'язаний не так з їхньою здатністю переконувати, скільки зі здатністю привертати увагу людей та формувати критерії, що знаходяться в основі оцінки та прийняття рішень. Тобто виходить ситуація, що ЗМІ визначають не те, як думають люди, а те, що вони думають [23].

Варто сказати, що нереально уявити розвиток цивілізації без еволюції та розвитку комунікацій, їх видів та способів. Ключові періоди розвитку комунікацій глибоко пов'язані з розвитком як конкретних суспільств, так і з глобальними процесами на всій Землі. Джерела, за допомогою яких передавалась та зберігалась інформація ми можемо знайти і в епоху палеоліту, коли ми говоримо про наскельні малюнки первісних племен, коли було винайдено клинопис стародавніми шумерами або коли згадуємо паперовий друк у стародавній Азії.

Але поява винайденого Гутенбергом друкарського верстату кардинально вплинула на всю Європу не тільки через масове виробництво друкованих книг, а й через друковану періодичну пресу. А тому прогрес сприяв поширенню можливостей комунікації і надалі: фотографія, телеграф, мікрофон, телефон, вплинули на процес комунікації, додавши до друкованої інформації можливість передачі звуку та зображення.

На початку ХХ століття знайшло свій активний розвиток радіомовлення, це дало потужний поштовх впливу радіо засобів комунікації на політичну взаємодію. Поряд з радіо швидкими темпами розвивався кінематограф, а після Другої світової війни найбільшого успіху досягло телебачення. Увесь наступний повоєнний час ХХ століття політичний вплив телебачення тільки збільшувався і, відповідно, для політичних лідерів це відкрило нові можливості для комунікації з потенційними виборцями. В багатьох країнах телебачення дало змогу транслювати свої політичні ідеї та просувати кампанії. Теледебати почали визначати переможців виборчих перегонів, а телебачення стало основним ЗМІ в «галактиці аудіовізуальних медіа» [30].



Останній етап еволюції комунікацій, який ми можемо спостерігати сьогодні, пов'язаний з сучасними інтернет-комунікаціями. На думку М. Кастельса «Інтернет є тканиною нашого життя... і мережі як організаційні практики мають виняткові переваги через властиву їм гнучкість та адаптивність – основні якості для виживання та успіху в умовах, що швидко змінюються» [18, с. 2].

За словами Х.-Д. Кюблера, «З розвитком мікроелектроніки, телекомунікацій та появою тенденції до глобальної інтеграції у комунікаційну мережу, виникла концепція третьої комунікаційної революції. Вона технічно пов'язана із заміною аналогового сигналу на цифровий, забезпечує можливість необмеженого зберігання та передачі інформації з можливим перетворенням у будь-які формати, забезпечує мультимедіа, інтерактивність та постійний обмін ролями, роботу в реальному часі та віртуальність» [20, С. 59].

Водночас варто пам'ятати про соціальні та політичні ризики розвитку інтернет-комунікації, такі як зростаюча соціальна ізоляція індивідів, руйнування соціального спілкування та сімейного життя, фальшиві ідентичності тощо.

Загалом масова комунікація, здебільшого за допомогою інтернету, впливає на розвиток та створення сучасного суспільства, розвиває культуру та мистецтво, сприяє демократизації політичної взаємодії.

Отже, інтернет-комунікації в політичній взаємодії усувають значні відмінності між безособовою та масовою комунікацією, розподіляють масову аудиторію на «цільові» групи, відкривають можливості для окремих політичних заходів та маніпуляцій.

Використання електронної пошти, веб-сайтів, чатів, все це дає змогу політикам виниходити та впроваджувати все більш нові та оригінальні методи здійснення своїх політичних цілей за допомогою сучасних ІКТ, а тому це явище

потребує подальшого вивчення та контролю, адже так чи інакше ІКТ будуть розвиватися і надалі, разом з тим створюючи нові небезпеки та загрози.

## 2.2. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Фундаментальні зміни в суспільстві посилюють роль нових інформаційно-комунікаційних технологій, які починають все більше впливати на процес політичної комунікації. В першу чергу вони торкаються аудиторії та характеру інформації, що надається. Дослідники відзначають, що впровадження та використання нових медіа-технологій веде до нової форми політичної комунікації, яка все більше контролюється громадянами. Характеристика сучасного суспільства як інформаційного стала можливою через те, що всі соціальні процеси відбуваються завдяки обміну інформацією. Виборці повинні знати про політичні програми, політичні питання та політичні альтернативи а з іншого боку, державні службовці повинні знати бажання та вимоги громадян.

З появою нових методів і засобів комунікації, серед іншого, виникає занепокоєння швидким прискоренням циклів новин, а також відповідним скороченням часу, який журналісти витрачають на обробку та підготовку інформації в цілому та політичної інформації зокрема. Крім того, сучасні інформаційно-комунікаційні технології створили глобальне охоплення, що надає новий вигляд, характер та динаміку політичним і культурним процесам [35]. У зв'язку з цим необхідно розглянути різні напрямки використання інтернет-технологій у політико-комунікативній сфері.

Поява інтернету створила якісно нову ситуацію у сфері політичних комунікацій. З розвитком ІКТ розширилася можливість демократизації процесу узгодження політичних рішень із залученням різних верств населення. Ця зміна в політичній комунікації приносить глибокі політичні та соціологічні зміни, такі як:

- покращення життя менш привілейованих груп людей;
- спрощення доступу до послуг охорони здоров'я та освіти;
- збереження та розподіл ресурсів;

- збільшення участі населення в процесах прийняття рішень тощо.

Нові комунікаційні технології дозволяють менш кваліфікованим суб'єктам обійти існуючі бар'єри та спілкуватися безпосередньо з іншими політичними акторами та широкою громадськістю. Інтернет дозволяє швидко отримати доступ до необхідної політичної інформації через портали, каталоги, пошукові системи. Інтернет як публічний простір без кордонів дозволяє владі висловлювати, реалізовувати та оцінювати результати рішень, прийнятих на основі громадської думки. Для членів опозиції інтернет надає змогу просувати ідеї в маси та знаходити прихильників для підтримки та реалізації своїх політичних принципів.

Нові медіа та цифрова революція призвели до фундаментальних змін у комунікаційній практиці, передбачаючи як урядовий, так і міжособистісний обмін інформацією. Серед нових комунікаційних стратегій особливе місце, як я вже зазначав, займає інтернет, який переходить від простого джерела інформації до репрезентативного інструменту взаємодії двох і більше людей. Таким чином, поява веб-ресурсів докорінно змінила жанри та дискурси політичної комунікації [35]

Власне ознайомившись із дослідженням використання нових ІКТ окремими партіями та їх представниками в ряді демократичних країн, ми можемо виділити наступні ключові моменти для налагодження ефективної політичної комунікації:

- "перші дні" здійснення політичної комунікації в режимі онлайн (з середини 1990-х рр.) показали, що політичними суб'єктами досить швидко охоплювалося простір інтернет і, зокрема, World Wide Web (WWW). Більша частина роботи в інтернет-просторі, однак, відтворюється за логікою попередніх моделей комунікації з однієї точки (веб-сторінки), яка використовується для звернення до масової аудиторії;

- в середині "нульових" ця модель зв'язку ("крапка-маси") все частіше заперечується, і сьогодні ми спостерігаємо нову еру в "цифрового зв'язку";

- політичні інститути та організації стикаються з усе більш складним завданням у справі поширення своїх повідомлень через ряд нових форм ЗМІ, таких як форуми і інтернет платформи;

- успішними кандидат або партія стануть в тому випадку, якщо їх командою будуть знайдені нові соціальні простори для своєчасного і достовірного звернення до виборців за допомогою використання Web 2.0 технологій [27].

Сьогодні ринок ЗМІ, після трансформації політичної та соціальної систем, зазнає поступових змін та еволюцій. Так, традиційні медіа-технології мігрують у глобальний інтернет, а технології друкованих медіа скорочуються. Нині блогери та підкастери стають все більш авторитетними джерелами інформації, у тому числі в політико-комунікативному просторі.

Сучасна PR спеціалісти вбачають ці нові медіа як середовище, яке можна використовувати для впливу на розум, а згодом і на поведінку ключової для політичної сили аудиторії. Сильні піар стратегії в нових соціальних мережах дійсно можуть вивести партію (компанію, людину,) поза конкуренцію, дозволити розширити лідерські позиції та охопити ширшу аудиторію.

Крім блогів і підкастів, для політичних сил є сенс використовувати інші сучасні інструменти мережі, зокрема:

- SEO (комплекс заходів для підняття позицій сайту в результатах видачі у пошукових системах по певних запитах користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більше зацікавлених відвідувачів переходить на нього з пошукових систем.)

- вебінари;

- веб-трансляції;

- RSS новини (Really Simple Syndication - один з форматів, використовуваних для передачі інформації по Мережі, де відвідуючи одну сторінку, користувач бачить оновлення всіх цікавлять його сторінок) Використання цих технологій у ЗМІ нової ери дозволить максимально підвищити ефективність інформаційної роботи політичної партії [35].

Отже, говорячи про стрімкий розвиток комунікативних інструментів та сучасних ІКТ, про їх вплив на еволюцію політичної комунікації, доцільно згадати про концепцію створення електронного уряду (e-government), як одну з заключних стадій впровадження сучасних технологій у сферу політики, що є важливим кроком у подоланні бар'єрів політичної комунікації та створення єдиного демократичного центру впливу на прийняття рішень.

Такі автори як А. Н. Юртаєв, М. С. Дашян, Л. Аль-Хакім, Д. Ф. Норріс виділяють три основні напрямки, пов'язані з реалізацією цілей електронного уряду:

- комунікація між державними інституціями (уряд до уряду);
- комунікація між державним апаратом та бізнес-структурами (уряд до бізнесу);
- комунікація між державними інституціями та громадянськістю (уряд до громадян).

Перший напрямок, уряд до уряду (G2G), має сприяти підвищенню ефективності роботи уряду та місцевих органів влади. Другий напрямок від уряду до бізнесу (G2B) включає підвищення ефективності взаємодії органів державної влади та торгових структур, створення умов для впровадження механізмів електронної комерції, удосконалення процедур у таких сферах, як оподаткування, діловодство та митниця. Третій напрямок, уряд до громадян (G2C), має на меті гарантувати права громадян шукати, отримувати, передавати, виробляти та поширювати інформацію. У цьому напрямку електронне урядування включає підвищення якості зв'язку при наданні

державних послуг з найменшими витратами часу та коштів. Це сприятиме підвищенню активності громадянської участі у сфері прийняття політичних рішень [2].

З 2003 року дослідження концепцій електронного уряду проводять співробітники інституту електронного урядування Університету Васеда. Директор цього інституту та керівник дослідницької групи професор Тошіно Обі у 2015 році зробив презентацію, яка мала на меті представити рейтинг розвитку електронного урядування у світі. Професор Обі зазначив, що технології інтернет-комунікацій є потужним інструментом вирішення поточних економічних проблем, а також інструментом консолідації всього інформаційного суспільства. Електронні уряди відіграють ключову роль у процесі побудови відносин між владними структурами та громадянами. У звіті представлені результати моніторингу 50 країн з найпередовішими розробками у сфері електронного урядування [2].

Таким чином, для якісного функціонування програми «електронного уряду» необхідна:

- реальна інтеграція елементів інфраструктури публічного доступу;
- міцна правова база регулювання діяльності структур, що забезпечують процеси інформатизації та функціонування «електронного уряду»;
- технічний розвиток веб-сайтів та порталів електронного уряду;
- наявність зручного інтерфейсу.

Тільки тоді можливе зміцнення демократичних відносин між владою, владою та громадянами, а також між соціальними групами.

Щодо переваг даної концепції, то політичні інформаційні системи в такому уряді є життєво важливими для представницької демократії. Публічна сфера покликана містити різні точки зору та думки з питань, що стосуються всіх громадян. У певному сенсі нові комунікаційні системи, особливо

глобальний інформаційний простір в інтернеті, можуть сприяти посиленню участі громадян у політичному дискурсі загалом і на етапі прийняття рішень зокрема. Вони також дають можливість впливати, висловлюючи свою громадянську позицію, на багато політичних процесів. Власне створення електронного уряду дозволяє говорити про концепцію деліберативної (деліберативної) демократії, основною ідеєю якої є демократичне прийняття рішень на основі громадського обговорення. Тобто така демократія зосереджується на ідеї розвиненої демократії, заснованої на створенні можливостей у процесі прийняття рішень для діалогу громадян як між собою, так і з представниками державного апарату [2].

Запропоновані електронним урядом інтерактивні медіатехнології мають на меті замінити пасивні форми політичної комунікації, які мають сприяти формуванню інформованого та активного суспільства. Прикладами таких технологій можуть бути:

- розроблення та впровадження програми «електронний уряд»;
- інтерактивні пресконференції глави держави (як за участю представників ЗМІ, так і звичайних громадян);
- безпосереднє спілкування вищих державних службовців з людьми;
- створення та ведення блогів у глобальній мережі інтернет;
- особисті акаунти в соціальних мережах. Кожен виборець матиме можливість своєчасного доступу до політичної інформації, яка його цікавить, зможе проводити активну участь у роботі органів громадського самоврядування. Він зможе стежити за діями обранців і реагувати в ситуаціях, коли влада не зможе відповісти на його запит. Таким чином буде відбуватися обмін ідеями та думками для досягнення конструктивного діалогу з усіма політичними елементами. Використання перерахованих вище жанрів політичної комунікації в інтернет-середовищі є найбільш ефективним.



Разом з тим, серед основних проблем, які стоять перед запровадженням електронного урядування, можна виокремити:

- недостатня міжвідомча координація;
- нереалізоване нормативне забезпечення та застаріле концептуальне розуміння електронного урядування;
- комп'ютерна безграмотність населення країни.

Отже, підсумовуючи, можна сказати:

- 1) Говорячи про політичну діяльність з точки зору комунікаційних відносин, можна визначити її як процес створення владно-управлінських відносин, створення політичних інститутів та формування відповідних політичних цінностей та орієнтацій. Цей процес спрямований на забезпечення певних суспільних інтересів і потреб, внаслідок чого виникає потреба у створенні та вдосконаленні комунікативних відносин суб'єкт-об'єктного характеру.
- 2) Політичною комунікацією можна назвати специфічний вид політичних відносин, за допомогою яких створюються і поширюються соціально значущі ідеї, взаємодіють політичні суб'єкти в боротьбі за владу, яка є засобом збереження та передачі політичної культури та сукупності всіх політичних технологій.
- 3) У постіндустріальному суспільстві сила знань та інформації стає вирішальною в управлінні суспільством, відсуваючи на задній план вплив грошей та державного примусу. Безпосередніми носіями і особливо розповсюджувачами знань та іншої політично важливої інформації є інтернет. Інтернет відіграє ключову роль у відкритій передачі різної інформації за допомогою спеціальних технічних засобів кожній людині. Важливою функцією політико-комунікативного процесу, яку виконує інтернет, є формування громадської думки та визначення напрямку її розвитку.

### 3. ПОЛІТИЧНА ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ

#### 3.1. Роль, функції та форми політичної інтернет комунікації

Сучасні інформаційні технології проникають у всі області людського життя, тому логічно, що і у сучасній політиці їх вплив дуже значний. Ми можемо бачити це завдяки появі протягом останніх років у політичній комунікації абсолютно нових термінів, таких як «мережева політика», «політичний інтернет», «кіберполітика», «цифрова демократія», «комунікативна демократія», «кібердемократія», «електронний уряд» тощо.

Політичний інтернет як явище має особливе місце в усій сукупності інтернет-комунікації. Він переплітається з багатьма аспектами ідеології (політичної, економічної, міжнародних відносин) і покликаний привносити нову інформацію, пояснювати та оцінювати, сприяти створенню світогляду та переконань. Тому наявність інформаційних ресурсів у політичному інтернеті є досить обширною і безперервно зростаючою. Це веб-сайти органів влади та їх представників; сайти політичних партій; особисті сайти політичних діячів різних напрямів; інформаційно-аналітичні політичні сайти; блоги державних і політичних діячів; політична реклама та реклама у засобах масової інформації; сайти, що створюють перед політичними кампаніями тощо.

Існує багато різних видів типологій політичних інтернет-ресурсів. Так, Н. В. Соленкова пропонує певні підстави їх класифікації:

- за контентом, який розміщений на сайті (аналітичний, агітаційний, пов'язаний з новинами);
- за метою створення (іміджеві, перед проведенням виборчої кампанії, для розміщення компромату на політичного опонента);
- за аудиторією, на яку спрямовані інформаційні ресурси (розраховані на закордонну аудиторію, на національну, на місцеву);

- за формою власності інформаційних ресурсів (державні, великих медіагруп, політичних групи, бізнес-груп, незалежні ресурси) [29, с. 13].

Саме по собі проникнення ІКТ у політику очевидно є складним і суперечливим процесом, про який не можна стовідсотково сказати, що він повністю змінив політичну комунікацію. Це також впливає із визначень, поданих у зарубіжних і вітчизняних працях. Наприклад, політолог Г. Акопов підкреслює, що мережева політика — це «лише нова політична технологія, яка дає змогу вивести політичний процес на інший, більш високий рівень» [2]. На думку А.Чеснакова, формується абсолютно інший, широкий канал політичної комунікації, динаміка розвитку якого може повністю змінити ідеї як про систему забезпечення політичної діяльності, так і про класичні інструменти політичної участі» [34, с. 65-66]. Загалом багато науковців схиляються до думки, що всі більш-менш основні характеристики, особливості та функції політичної комунікації збережені, а інтернет лише впроваджує та продовжує розвивати нові форми та моделі поведінки для комунікаторів, які користуються таким більш сучасним видом політичного спілкування.

Таким чином, політичний інтернет є досить сильним та сучасним засобом комунікації з суспільством, який дозволяє вести регулярний діалог між політиками та тими людьми, які мають доступ до інтернету. Інтернет, як унікальне соціальне явище, впливає на формування нового когнітивного середовища між тими, хто комунікує. В ньому розвивається новий тип мислення, нове знання дійсності, яке покликане утвердити взаєморозуміння між комунікаторами [1]. Крім того, мережеве спілкування дає можливість досягти того, що виявляється неможливим у реальному житті, в реальному спілкуванні: задовольнити специфічні потреби, реалізувати свої особисті якості та себе у політиці, висловити свої погляди на актуальні політичні проблеми. А тому, можна вважати, що мова йде про нову якість комунікації [36].

Пропоную поділити розвиток політичної інтернет-комунікації на два самостійні етапи. Перший етап – інформаційний. Його суть полягає в тому, що політична інформація потрапляє та надалі зберігається в інтернеті. Насамперед це електронні ЗМІ, сайти політичних партій та громадських організацій, особисті сторінки політиків, а також електронні політичні дослідження аналітичних організацій. Другий етап пов'язаний з медіатизацією політики і подальшою спробою використовувати інтернету для впровадження політичних цілей та піар-технологій.

Важливим є те, що одна з ключових цілей політичної комунікації – чіткий та направлений вплив на конкретну аудиторію – повністю наявна в політичній мережі інтернет і очевидно отримує ще більші ресурси для свого впровадження. Завдяки можливостям, які надають політичним гравцям сучасні ІТК, відбувається вплив на всі психологічної складові людини: інтелект, емоції та мотиви. Тому очевидно, що великий спектр форм і методів політичної комунікації в інтернеті дозволяє більш динамічно впливати на свідомість і поведінку людей, якщо порівнювати з іншими ЗМІ [25, с. 10].

Як аргумент на користь цього твердження можна навести той факт, що традиційні ЗМІ діють в своїй більшості в режимі інформаційного монологу – тобто односторонньої комунікації, за допомогою якої відбувається незначний вплив на отримувача повідомлення та зберігається лише мінімальний контроль над таким отримувачем. Проте сучасні технології в свою чергу відкрили можливість багатогранного спілкування. Кожен, у кого є доступ до мережі, може бути і одержувачем і відправником інформації, що в свою чергу забезпечує досить потужну віртуальну взаємодію комунікаторів між собою, а також із політичними структурами. Це робить процес спілкування більш живим і взаємозалежним: і адресат, і адресант виступають активними учасниками і відповідно можуть впливати на розвиток цього самого спілкування. Певною мірою така взаємодія надає можливість, або принаймні створює враження можливості подолання ієрархії владних структур, що в свою чергу усуває певну залежність громадян від партійних і державних організацій і навіть надає їм

змогу впливати на них. Це знаходить своє відображення в можливості контролювати процес голосування, в участі у форумах, в електронному листуванні з представниками політичних сил тощо.

Враховуючи вищесказане, пропоную перейти до з'ясування функцій політичної комунікації в інтернеті. До загальних функцій можна віднести наступні:

- поширення та зберігання інформації;
- PR, реклама;
- інформаційна підтримка виборчих кампаній;
- можливість дискусій та обговорень для вирішення актуальних проблем;
- організація процесу внутрішньої комунікації.

В цей самий час, конкретні специфічні функції політичної комунікації в інтернеті впливають зі сфери діяльності та особливостей каналу мережевої комунікації (сайти, блоги, соціальні мережі).

Якщо ми досліджуємо функції політичної комунікації через призму стандартних функцій мови, то слід зазначити, що вони повністю співвідносяться між собою. Так, ключовою функцією залишається комунікативна, до якої входять фатична (вид мовленнєвого акту комунікації, в якому мовні вислови спрямовані на встановлення контакту зі співрозмовником і не несуть в собі жодного змісту) та спонукальна. Виконання цих функцій у формі інтернет комунікації є досить важливим, оскільки політична інтернет-комунікація є вагомим способом встановлення контакту між людьми, які у тому числі географічно є віддаленими один від одного, для подальшого конкретного впливу на них. Політичний Інтернет також забезпечує когнітивну (тобто є середовищем пізнання дійсності), інформаційну (накопичення і зберігання інформації), культурну (формування інформаційної культури та її окремих

субкультур), та експресивну (підкреслює суб'єктивне ставлення до об'єктів і явищ) функції [5, с. 8].

Досить вагомою особливістю політичної інтернет-комунікації можна зазначити те, що інтернет є «засобом переконливого лінгвістичного впливу: переконання, аргументація та пропаганди для досягнення індивідуальних цілей» [3, с. 29]. До сугестивних функцій (здатність сприймати психічний вплив з боку іншої особи або групи осіб, ступінь сприйнятливості до такого впливу) можна віднести і функції політичного інтернету, які полягають у цілеспрямованому впливі на формування громадської думки [29].

Політична сфера діяльності очевидно впливає на визначення актуальних цілей політичної інтернет-комунікації, які безпосередньо залежать від політичних комунікаторів (акторів), які виступають у ролі адресанта – це органи державної влади, політичні партії та громадсько-політичні об'єднання, політичні лідери тощо.

Можливості, які надає сучасний інтернет пропонують великий спектр інструментів для досягнення цими адресантами своїх цілей. В основному можна говорити про наступні переваги інтернет-технологій:

- ефективніше спілкування між представниками політичних структур та громадянами;
- активізація, тобто залучення громадян до політики поза інтернетом через безпосередньо сам інтернет;
- більша користь політичних рішень завдяки об'єднанню знань громадян на основі різноманітних поглядів;
- здатність до взаємодії під час політичних кампаній;
- спрощення взаємодії між партійними членами [8].

Переходячи до видів політичної інтернет комунікації, потрібно зазначити, що існує кілька підходів до їх класифікації. На основі конкретної цілі політичного дискурсу можна виділити такі види політичної інтернет комунікації як: інформаційні, аналітичні, агітаційні, пропагандистські, рекламні тощо.

Детальну класифікацію видів політичного дискурсу, які також можуть бути пов'язані з політичною інтернет комунікацією, запропонувала Е. Шейгал. На думку автора, їх можна розділити:

- за параметром інституційність/неформальність (від максимальної неформальності спілкування, наприклад розмова про політику під час сімейної вечері, з друзями тощо, до максимальної інституціоналізації — міжнародні переговори, офіційні зустрічі керівників держав);

- щодо суб'єктно-адресних відносин (соціально-інституційна комунікація, комунікація між інституцією та громадянином);

- за локалізацією події (вибори, вступ на посаду, з'їзд партії, зустріч депутата з виборцями) [38, с. 255-270].

Загалом дослідження існуючих точок зору з цього питання показує, що вибір видів дискурсу в політичній комунікації загалом і в політичній інтернет-комунікації зокрема, в значній мірі однаковий. Це пов'язано з узагальненням сенсу комунікації як такої, а саме - цілеспрямований, політично-вмотивований психологічний вплив на маси. Специфіка політичної інтернет-комунікації проявляється лише у формах подання її видів відповідно до певних особливостей каналу комунікації та відповідних технічних можливостей, які надає інтернет.

Отже, можна зазначити, що розвиток політичної інтернет-комунікації здійснюється у двох напрямках:

1) перенесення чи дублювання деяких функцій із традиційних форм політичної комунікації з метою розширення їх можливостей за допомогою сучасних ІКТ;

2) створення паралельних або нових форм політичної інтернет комунікації з новими самостійними функціями та широкими можливостями для їх здійснення.

Форми політичної інтернет-комунікації, представлені в сучасному інтернеті, можна розділити на два основних типи, залежно від цілей, які переслідуються: інформаційні та інтерактивні. Однак це зовсім не означає, що інформаційні форми не мають ознак інтерактивності і навпаки, інтерактивні форми не є інформативними. Цей поділ лише підкреслює основну спрямованість інформаційних форм на зберігання та передачу інформації, а інтерактивних форм – на зворотний зв'язок з адресатом.

До інформаційних форм політичної інтернет комунікації належать:

- стрічки новин;
- інформаційно-аналітичні сайти;
- державні сайти;
- урядові та адміністративні програми та документи.

Інтерактивні форми представлені:

- електронною поштою;
- різного роду форумами, конференціями;
- чатами, онлайн-опитуваннями, онлайн-голосуванням. Такі засоби дозволяють швидко обмінюватися інформацією з широкою аудиторією в режимі реального часу з метою виявлення громадської думки щодо конкретних



політичних питань чи щодо поточних проблем, а також для політичної агітації та пропаганди.

Останнім часом зародилися нові форми політичної інтернет-комунікації, які досить швидко набирають популярність. Вони в рівній мірі включають в себе обидві цілі, а тому їх можна назвати інформаційно-інтерактивними формами. Це персональні сайти політичних партій, а також соціальні мережі та блоги, які широко поширені та користуються досить великою популярністю у користувачів політичний інтернету. Таким чином, можна зробити висновок, що політичний інтернет є невід'ємною частиною сучасного інформаційного простору.

Також варто відмітити, що важливою особливістю політичної комунікації за допомогою інформаційно-комунікаційних ресурсів є їх “спрямованість на пропагування певних поглядів, емоційний вплив на людей та наступне заохочення їх до конкретних політичних дій” [7, с. 90]. Суть і цілі політичного інтернету полягають в задоволенні політично-інформаційних та політично-комунікаційних потреб учасників політичного процесу в результаті їх взаємодії за допомогою сучасних ІКТ.

До найпопулярніших форм політичної комунікації в інтернеті належать:

**1) Інтернет-сайти** – спосіб публічної комунікації політичних суб'єктів. Вони мають перевагу в тому, що дозволяють розміщувати будь-яку кількість політичних матеріалів без практично жодних обмежень, напряму звертатися до своєї аудиторії, значно економити зусилля в наданні політичної інформації. Такі сайти дають змогу отримати найбільш повне уявлення про політика/партію/організацію/рух. Використання інтернет сайтів дає можливість швидко реагувати на зміну соціально-політичних факторів у суспільстві, урізноманітнювати прийоми та методи політичної боротьби завдяки моніторингу політичних опонентів та подальшому зміненню інформації сайту на основі такого моніторингу. Створення сайту сприяє розширенню кількості

потенційних виборців, прихильників партії, створює ефект присутності політичної сили в житті суспільства.

Політичні сайти дають змогу вибудовувати відносини як з цільовою аудиторією, так і з членами партії. Для цього використовують механізми зворотного зв'язку: анкети, опитування, форуми тощо. На основі отриманої на таких сайтах інформації створюється база даних для активних відвідувачів сайту (їх портрет, контактна інформація, інформація про інтереси, уподобання). Надалі ці дані можна широко використовувати для кращого та ефективного впливу на потенційних виборців. Використовуючи всі перераховані переваги мережі, політик може створити бажаний для себе імідж, отримати симпатії і найважливіше - голоси виборців.

**2) Блоги, міні-блоги** – це місце для дискусій щодо соціально значущих подій, питань політичної ідеології. Специфіка таких блогів полягає в тому, що вони ведуться крізь призму особистості автора, що має чи може мати безпосереднє відношення до таких дискусій та питань [27, с. 99]. Це створює певну інтернет спільноту, яка робить блог потужним інструментом для формування репутації автора і його соціального портрету. Основні завдання, які можуть вирішуватись завдяки таким блогам та їх авторам:

- аналітичне завдання - регулярне спостереження за основними темами обговорення, за характером рецензій та відгуків з критикою автора або партії, яку він представляє.

- комунікаційне завдання – модерування дискусій політика з метою підвищення інтересу до нього/неї, а також вчасне реагування та подальше спростування негативних відгуків.

- дослідницьке завдання – ініціювання нових тем обговорення кампаній чи інших видів політичної та партійної діяльності з метою розуміння реакції потенційних виборців.

Отже можна зазначити, що блоги певним чином забезпечують інтерактивність, неформальний стиль презентації, своєчасний зворотній зв'язок, обмін позиціями та поглядами. За допомогою блогу можна створити спільноту однодумців, членів політичної сили та представників ЗМІ, які зацікавлені в отриманні своєчасної та чіткої інформації.

**3) Електронна пошта** – це спосіб швидкого доставлення та обміну інформацією. Основними привабливими рисами такого типу політичної інтернет-комунікації є широке використання, традиційність, простота використання та можливість безпосередньої взаємодії з прихильниками політичної сили. Крім того, на сьогоднішній день розроблено основні правила та принципи, які роблять цей вид комунікації надійним і безпечним [15, с. 33].

**4) Форуми, чати, соціальні мережі**, які дозволяють обмінюватися текстовими або навіть голосовими чи відео повідомленнями широкій аудиторії в режимі онлайн. Це своєрідна платформа, що дещо схожа на блоги, але є більш інтерактивною і дозволяє організовувати дискусії, обмін думками, модерувати політичні сторінки або сторінки окремих політичних діячів, а також є джерелом відповідної політичної інформації.

Наслідком використання соціальних мереж, чатів, форумів є формування єдиного соціокультурного простору та формування глобального інформаційного середовища навколо політичної сили або конкретного політичного діяча. Організація таких форм спілкування базується на базових потребах людини, а саме спілкування та самовираження.

Аудиторія соціальних мереж може становити досить велику кількість людей. Це дозволяє створити онлайн-спільноту однодумців, які потенційно можуть підтримувати політика. Цей вид комунікації також дозволяє швидко розповсюджувати успішні публікації щодо політика або політичної сили, які відіграватимуть роль безкоштовної позитивної реклами та агітації проведення різноманітних політичних кампаній.

Також завдяки взаємодіями з лідерами думок у соціальних мережах можна отримати доступ до великої кількості потенційних виборців, які прислухаються та підпорядковуються думкам цих самих лідерів.

**5) Онлайн-опитування та онлайн-голосування** використовуються для визначення конкретних поглядів аудиторії та наступного проведення політичних кампаній на основі цих поглядів [27, с. 93]. Опитування громадської думки очевидно є важливим етапом підготовки до розповсюдження політичної реклами або своєчасного її виправлення. Такі опитування також спрямовані на виявлення намірів людей, на сприйняття ними уже готових образів партій і кандидатів, їх позиція щодо економіки і т.п, щодо ситуації на місцях, а також висвітлення актуальних та нагальних проблем [33].

Підсумовуючи даний розділ можна визначати політичний інтернет як нове та сучасне середовище у сфері політичних відносин, створене на основі зворотного зв'язку, який є:

- по-перше, віртуальним простором для швидких потоків політичної інформація та комунікації;

- по-друге, досить потужним та технологічним інструментом політичного впливу, завоювання довіри та підтримки суспільства, здійснення участі у політичній боротьбі.

Отже можна говорити, що досліджувані вище форми, види та способи політичної комунікації за допомогою сучасних ІКТ мають значний вплив на характер поточної політичної комунікації, якісно змінюють мову політичного дискурсу та стиль комунікації як такої. Тому вважаю, що дана проблематика потребує подальшого детального та всебічного вивчення та розкриття, що частково буде здійснено у наступних розділах.

### 3.2. ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ

Формування нинішнього інформаційного суспільства дає безмежні можливості багатьом людям для доступу до великих інформаційних ресурсів. «При цьому інформаційні технології змінюють не лише форму застосування демократичних процедур, але й їх застосування змінює саму суть розвитку суспільних процесів» [8, С. 99].

Сучасна інформаційна революція має в своїй основі стрімкий розвиток медіа та збільшення способів комунікації, а отже досить важливого значення в соціальних та політичних відносинах набуває інформаційна політика, що дає змогу створювати позитивний імідж політичного суб'єкта, здійснювати вплив на думки електорату та змінювати масову свідомість в потрібному напрямку. Тому політичні партії, забезпечуючи особисті цілі та завдання, приймають участь у створенні та розвитку інформаційно-комунікаційних відносин та всіляко впроваджують власну інформаційну політику, у тому числі в мережі інтернет.

В умовах сьогодення інтернет дає змогу мобілізувати політичне залучення громадян, а політичні партії, як ключові учасники політичної комунікації, відповідно мають змогу вчасно включитися в цей процес. Вони досить широко та активно використовують інтернет як канал спілкування з населенням, а також як інструмент, що дає можливість політично впливати на виборців.

Тому в даному розділі пропоную проаналізувати потенційний вплив інтернет-технологій на сучасні політичні інститути, а також загальні тенденції використання інтернет-комунікацій у здійсненні своєї діяльності політичними партіями у кількох аспектах:

- розгляд етапів “проникнення” інтернет-технологій у політику;

- дослідження передумов, що визначають користь, та одночасно з цим факторів, що стримують зростання випадків застосування сучасних інтернет-технологій в області політичної комунікації;

- визначення плюсів та мінусів використання сучасних ІКТ як засобу політичної комунікації в цілому, а також серед окремих політичних партій та політичних лідерів;

- встановлення завдань, які впроваджують та реалізують політичні партії, коли використовують технології інтернет комунікації;

- дослідження значення інтернет-сайтів українських політичних сил як інструмента комунікації.

Аналіз наукових праць щодо використання сучасних інтернет-технологій у діяльності політичних гравців, щодо політичної комунікації за допомогою сучасних ІКТ та використання інтернет-технологій дає змогу зрозуміти про розгалуження думок та інтересів з цього питання. Перегляд літератури вказує на необхідність дослідження практики різкого розвитку застосування політичних інтернет-технологій у здійсненні діяльності політичними гравцями.

Активно проникаючи в сферу політики, ІКТ не лише якісно змінюють старі уявлення, думки та поширені стереотипи, але й змінили багато форм взаємин між політичними інститутами та окремими громадянами в звичному розумінні [8, с.98]. За словами політолога А. Чеснакова, «розпочинається формування нового широкого каналу політичної комунікації, динаміка розвитку якого може перевернути уявлення як про систему забезпечення політичної діяльності, так і про традиційні інструменти політичної участі» [34, с. 65].

Впровадження інтернет-технологій в область політики очевидно є досить складним і суперечливим процесом, який потрібно поділити на дві частини:

- інформаційний етап, сенс якого заключається у надходженні в інтернет політичної інформації (інтернет-сайти політичних партій, громадських організацій, окремих політичних лідерів);

- етап медіатизації політики, що пов'язаний із спробами використовувати інтернет як засіб політичної комунікації.

Серед чинників, що визначили корисність інтернету як засобу політичної комунікації можна виділити:

- спроби лідерів політичних сил приєднатися до інтернету, що очевидно сприймається виборцями як ознака прогресивності та сучасності політичної партії, а також дає відчуття присутності політичного лідера в житті виборця;

- перспективність можливостей інтернету у політичній діяльності відносно старих засобів комунікації, зокрема можливість багатосторонньої комунікації тих, хто приймає участь у політичному процесі;

- медіатизація сучасної політики та існування політичного життя в медіапросторі.

Досить важливу роль відіграє і збільшення інформаційної ролі інтернету в політиці та відповідне збільшення в політиці частки віртуальної інформації. Великий вплив має також досить поширене зростання випадків оволодіння населенням сучасними ІКТ та інтернетом зокрема.

Проте, виділяючи очевидні позитивні аспекти такого процесу, потрібно виокремити ряд обставин, що певним чином створюють перешкоди зростанню проникнення інтернет-технологій у систему сучасної політичної комунікації:

- неможливість покриття інтернетом деяких районів та регіонів;

- неможливість охопленням інтернетом усіх потенційних прихильників політичної сили;

- відносно мала кількість спеціалістів у сфері інтернет-комунікацій;

- проблематичність залучення фахових спеціалістів у сфері зв'язків з громадськістю та інтернет-технологій, коли мова йде про партії з обмеженим фінансуванням;

- використання стандартних та неактуальних комунікаційних технологій фахівцями;

- ізоляція інформаційних кампаній на конкретній особі (наприклад, лідер політичної сили), яка зазвичай є основним фінансовим спонсором таких кампаній, проте не розділяє поглядів на необхідність використання сучасних ІКТ у процесі політичної комунікації [39].

Потрібно розуміти, що інтернет як спосіб політичної комунікації має очевидні переваги. Основні характеристики інтернету:

- ефективність;
- мультимедійність;
- інтерактивність;
- необмежений обсяг;
- постійне оновлення;
- можливість моніторингу конкретної інформації;
- глобальність;
- відсутність просторових і часових меж;
- анонімність;
- менші, у порівнянні з друкованими ЗМІ, витрати на поширення інформації.

Також політичні сили розуміють та надають велике значення здатності мобілізувати народ за допомогою сучасних ІКТ, особливо молодь. Розуміють



вони і можливість підвищити рівень політичної участі шляхом впровадження прямого контакту між політичною силою та її виборцями.

Політологи М. Грачов та А. Мадатов зазначали про певні переваги впровадження інтернет-комунікацій у діяльність політичних партій. На їхню думку це “насамперед, значне зниження витрат на передачу інформації від органів управління до місцевих осередків і навпаки для суттєвого підвищення ролі первинних організацій та постійних членів у внутрішньопартійному житті, розширення можливостей їхньої участі у формуванні політики партії, зокрема громадське обговорення прийнятих проектів рішень у режимі реального часу” [13, с. 94-95]

Вони вказували, що інтернет-форуми, які завдяки власній інтерактивності та ефективності мають явну перевагу перед класичними друкованими ЗМІ, слід оцінювати як багатообіцяючий інструмент для ефективного зворотного зв'язку та прямого діалогу між партіями та їхніми прихильниками, особливо під час готування до виборів та при їх проведенні.

Водночас Н. Грачов та А. Мадатов приходять до висновку, що інтернет найближчим часом надасть партіям змогу відмовитися від класичних форм конференцій та зборів завдяки інтерактивному спілкуванню представників партійних осередків, що віддаленні в просторовому плані.

Український політолог А.Маліс зазначає, що «функцією глобального інтернету в діяльності сучасних політичних партій є забезпечення постійного суспільно-політичного дискурсу з можливістю електронного зворотного зв'язку в режимі реального часу між представниками політичних партій та потенційним виборцем. Завдяки інтернету громадяни мають певну свободу у зборі, аналізі, обміні інформацією, а також можливість брати участь у безпосередньому управлінні політичною партією чи впливати на її діяльність» [24].

Не можна також не зазначити, що інтернет-технології мають значний потенціал у об'єднанні та мобілізації потенційних виборців, вони об'єднують різних прихильників тієї чи іншої політичної партії не за географічним принципом, а за сумісними поглядами, в результаті чого інтернет-технології значним чином впливають на формування та функціонування віртуального громадянського суспільства зі спільними інтересами.

Завдяки рівному доступу різних політичних сил до сучасних ІКТ, можливість вийти на політичну арену та зарекомендувати себе з'являється навіть у невеликих політичних партій.

ІКТ за рахунок одночасного захоплення великої аудиторії збільшують кількість людей, які мають змогу брати участь у розробці та прийнятті політично важливих рішень. Прозорість та ефективність поширення інформації в інтернеті зобов'язує політичних гравців притримуватись принципу правдивості та законності, відповідно змушуючи їх удосконалювати та підвищувати ефективність проведення особистої діяльності на основі ІКТ.

Також можна відзначити, що за часів збільшення фінансового контролю за передвиборчими кампаніями політичних партій та досить відчутного зростання цін на рекламні послуги в традиційних ЗМІ, інтернет забезпечує переваги довгострокового розміщення політичної реклами за відносно низькою ціною. Також завдяки використанню мультимедійних продуктів в інтернеті, суттєво збільшується змога комбінувати технології різних видів медіа за мінімальних витрат.

Великий вплив у спілкуванні за допомогою інтернету відіграє порівняльний «демократичний» характер спілкування, що виражається у тому, що існує певна можливість виникнення неформальних контактів, а також такі речі, як жаргонізм, особливі символи (смайли) та відсутність контролю за граматичними та лексичними нормами спілкування. За допомогою інтернету майже кожен учасник політичного процесу має можливість відправляти свої повідомлення величезній кількості потенційних отримувачів. А отже

інтернет-технології, допомагаючи долати численні бар'єри, сприяють застосуванню одного з ключових принципів демократії – рівноправної політичної участі громадян [8].

Проте, при всіх очевидних перевагах застосування у політичній комунікації сучасних ІКТ, важливо також вказати на деякі недоліки та загрози використання інтернету як засобу політичної комунікації.

По-перше, громадяни, які користуються інтернетом очевидно займають досить малу частку в загальній аудиторії, якщо ми порівнюємо з класичними ЗМІ (газети, радіо, телебачення), а отже це певною мірою виключає ставку лише на інтернет при проведенні кампаній політичними силами.

По-друге, політичні актори мають ресурси та змогу використовувати сучасні ІКТ як інструмент впливу на думки та рішення електорату, таким чином позбавляючи людей свободи політичного вибору.

По-третє, слабка обізнаність та невисока компетентність окремих представників політичних сил у сфері інформаційних інтернет-технологій не дає можливості повною мірою використовувати весь наявний потенціал інтернету.

Також в інтернеті можливе анонімне поширення різних політичних доказів та компромату, враховуючи матеріали, що закликають до насильства чи подальшого шантажу певних політиків та лідерів політичних сил.

Варто відзначити і невизначеність правового статусу інтернету. Адже відсутність чіткого регулювання на даному етапі суттєво сприяє поширенню в суспільній уяві думок про інтернет як про яесь маргінальне середовище, де поведінка та спілкування людей, у тому числі їхня політична діяльність, підпорядковані принципам анархії та вседозволеності, які можуть перебувати в з існуючими нормами моралі [8].

Проте, враховуючи всі недоліки політичної комунікації за допомогою сучасних ІКТ, все одно потрібно враховувати загальну користь цього явища, а отже варто визначати шляхи розвитку інтернету як засобу для політичної комунікації. Такими шляхами можуть бути:

- інвестиції політичних сил у розвиток інтернет засобів масової інформації;
- створення умов для великого представництва суб'єктів політики в інтернет-просторі;
- пропаганда та піар в інтернеті під час виборчих кампаній.

Слід також визначити завдання, які здійснюють політичні партії при використанні таких технологій:

- агітація;
- створення іміджу політичної партії;
- аргументація з метою захисту власної політичної позиції;
- досягнення та закріплення позицій у політичній сфері;
- дослідження реакції громадськості на певне рішення, заяву, дію лідера політичної сили;
- вибір цільової групи для впливу на специфічні для відповідної групи сфери;
- використання інтернету як справді інтерактивного каналу спілкування з населенням і, відповідно, реального інструменту політичного впливу на потенційних виборців.

Українські вчені Г. Атаманчук та А. Гірник у своєму дослідженні виділили повний розділ аналізу негативних цілей, які досягаються політичними силами, що використовують інтернет [4, с. 99-101]:

- пряме шахрайство;
- короткочасне введення в оману за допомогою неправдивої інформації;
- фейковий сайт;
- підозріла банерна реклама, використання відверто підроблених банерів.

Якщо говорити про навпаки позитивні аспекти використання інтернет-технологій, які мають на озброєнні політичні сили, безсумнівно, найбільш ключовими є веб-сайти, оскільки такі ресурси мають інноваційний потенціал, надають можливість оновити багато партійних засобів комунікації, а в майбутньому – і саме існування партії як об'єднання, що має відстоювати та захищати інтереси громадян.

Тому пропоную розглянути сайти деяких українських політичних партій. Офіційний сайт “Слуги народу” містить інформацію про партію, її склад, представництво у регіонах та інформацію про кожного члена. На сайті партії люди мають змогу висловити думку з різних питань, напряду звернутись до депутата. Широко представлені фото та відеоматеріали, банери з партійними гаслами.

На офіційному сайті партії «Європейська солідарність» наявний широкий перелік інформації про політичну силу, інформацію про її лідера, який має власні соціальні мережі, посилання на які знаходяться на сайті. Наявна також галерея, медіаматеріали про діяльність партії, інформація про її діяльність у Верховній Раді та на місцях.

Отож, створення та існування інтернет-сайтів політичних партій, використання сучасних веб-технологій у роботі таких ресурсів, продуманий дизайн розділів, банерів, використання інтерактивних можливостей (відгуки або прямий зв'язок) створюють безумовні перспективи для подальшого використання таких інтернет-ресурсів у політичній комунікації.

Таким чином, підсумовуючи даний підрозділ, можна зробити висновки, що використання інтернет-технологій у діяльність політичних партій сприяє:

- стовренню та формуванню громадянського суспільства та громадянської політичної культури в інтернеті;
- укріплення демократичних стандартів на різних рівнях спілкування як між групами, так і між окремими індивідами;
- використання інтернет-технологій для системи обміну політичною інформацією;
- закріплення інтернету в політичній комунікації як нового комунікаційного інструменту;
- перетворенню мережі інтернет на провідне джерело політичної інформації, що нівелює участь традиційних ЗМІ в цьому процесі.

М. С. Вершинін зазначає, що «дослідники бачать перспективи в потенціалі інтернету не лише в тому, щоб зробити політичну комунікацію та потік інформації найбільш ефективним і прозорим, а й у використанні будь-якої зручної можливості участі громадян у політичних процесах завдяки можливостям інтернету [8, С. 102].

Щодо подальших перспектив використання сучасних ІКТ у діяльності політичних партій, то у майбутньому найбільш перспективними напрямками будуть:

- розробка та реалізація онлайн-форми реєстрації партії;
- створення спеціальних ресурсів, в якій прихильники партії матимуть змогу об'єднуватися;
- розробка форм для пошуку користувачами політичних однодумців.

Проте очевидно, що вже й сьогодні сучасні інтернет-технології надають політиці нові технічні можливості, які без проблем можуть замінювати класичні механізми комунікації, якими керувались в своїй діяльності політичні сили.

## ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, варто зазначити, що у даній роботі було встановлено наступне: у зв'язку з тим, що інтернет-комунікації постійно розвиваються, концепція доступу до інформації підлягає переосмисленню. Ключовим у становленні сутності політичної інтернет-комунікації є сучасна та налагоджена інформаційна взаємодія суб'єктів такої комунікації. Така взаємодія характеризується інтерактивністю, мультимедійністю та наявністю різних форм спілкування. Також потрібно сказати про сам інтернет як про явище, яке поєднує в собі текстові та аудіовізуальні засоби комунікації, надає можливість своєчасного та прямого зворотного зв'язку, що було неможливим під час використання застарілих засобів політичної комунікації (радіо, телебачення тощо).

В рамках першого розділу було проаналізовано витoki досліджень політичної комунікації як такої, а також політичної комунікації за допомогою сучасних ІКТ. Аргументовано, що теоретичні дослідження політичної комунікативної сфери знаходили свій розвиток паралельно з розвитком досліджень комунікаційних систем взагалі. Визначено роль та місце комунікацій у політичній взаємодії. Розглянуто еволюцію підходів до розуміння сутності політичної комунікації.

Відзначено, що дослідженням еволюції комунікативних мереж, аналізу їх ролі у процесі розвитку політичної взаємодії присвячено концептуальні наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів, теоретичні розробки яких дали змогу проаналізувати загальну схему еволюції політичної комунікації. Це праці таких дослідників, як М. Кастельс, Г. Лассвел, Н. Луман, М. Маклуен, О. Тоффлер, та ін. Розглянуто еволюцію підходів до розуміння сутності політичної комунікації.

Підсумовуючи перший розділ, слід зазначити, по-перше, що аналіз методологічних основ сучасних досліджень політичної комунікації показує, що існує досить велика різноманітність теоретичних підходів у цій галузі



досліджень. Найбільш часто знаходять своє відображення версії функціоналізму, структуралізму, теорія інформаційного суспільства, концепція двоступеневої комунікації та ін. Серед найбільш затребуваних теоретичних підходів слід зазначити:

- теорію інформаційного суспільства;
- концепцію двоступеневої комунікації.

В рамках другого розділу роботи було досліджено процес еволюції комунікативних мереж за допомогою яких здійснювалась політична комунікація. Приділено увагу інтернету як простору для політичної пропаганди та маніпуляції, що стало особливо актуальним з його розвитком та відповідно розвитком методів і форм його використання у політичній боротьбі. Досліджено сучасні технології політичної комунікації, які зазнали значної модифікації у процесі свого становлення та розвитку.

В рамках заключного розділу було досліджено поняття політичної інтернет комунікації, проаналізовано її форми та види. В контексті цього розділу досліджувалось становлення політичних комунікацій за допомогою сучасних ІКТ, були згадані такі поняття як «мережева політика», «політичний інтернет», «кіберполітика», «кібердемократія», «електронний уряд» тощо. Було розкрито такі форми та види політичної інтернет комунікації як політичні веб-сайти, блоги, електронні скриньки, форуми, анкети, та досліджено аспекти їх практичного використання та взаємодії у процесах політичної інтернет комунікації, зокрема у діяльності політичних партій та їх комунікації як між собою, так і між партією та виборцями.

Отже, у даній роботі було здійснено дослідження та узагальнення основних теоретико-методологічних підходів до вивчення політичної комунікації за допомогою сучасних ІКТ. Було сформульовано підсумкові позиції та погляди щодо визначення та застосування ролі інтернет-комунікацій та сучасних ІКТ у політичній взаємодії, досліджено тенденції їх подальшого

впровадження, розвитку та застосування політичними гравцями у процесі здійснення своєї діяльності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аршинов В. И. Методология сетевого мышления: феномен самоорганизации. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://bookfi.ru/g/Аршинов> (дата звернення: 21.08.2021).
2. Акопов Г. Л. Глобальные проблемы и опасности сетевой политики. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://problem.politnet.ru/oglavlen.html> (дата звернення: 20.08.2021).
3. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства. Челябинск. 2005. – 85 с.
4. Атаманчук Г. А. Політичний менеджмент: теорія та практика політтехнологій / Г. А. Атаманчук, А. М. Гірник. – Видання друге, виправлене та доповнене. Рівне. «Перспектива». 2005. – 296 с.
5. Афанасенко Е. В. Семантический повтор в политическом дискурсе. Саратов. 2006. 55 с.
6. Белл Д. Социальные рамки информационного общества. // Новая технократическая волна на Западе / М. Прогресс. 1986. С. 330-361.
7. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Основные этапы развития и направления политической лингвистики. Ставрополь. 2007. Вып. 5. С. 89—99.
8. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. М. Издательство Михайлова. 2001. 252 с.
9. Винер Н. Кибернетика и общество. М. Издательство иностранной литературы. 1958. 200 с.
10. Воронина Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. М. ЦАГИ. 1995. 110 с.
11. Габермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб. Наука. 2000. 377 с.
12. Голосов Г. В. Сравнительная политология. Новосибирск. 1994. 368 с.
13. Грачев М. Н. Демократия: методология исследования, анализ перспектив / М. Н. Грачев, А. С. Мадатов. М. Изд-во «Алкигамма». 2004. – 128 с.
14. Грачев М. Н. Политика. Политическая система. Политическая коммуникация. М. НОУ МЭЛИ. 1999. 166 с.

15. Ефремова А. О. E-mail маркетинг как инструмент коммуникации. // PR-технологии в информационном обществе. СПб. 2006. Ч. 1. С. 33—35.
16. Иванов Л. Ю. Язык интернета: заметки лингвиста. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: (дата звернення 10.08.2021).
17. Иноземцев В. Л. За десять лет. К концепции постэкономического общества. М. Academia. 1998. 528 с.
18. Кастельс М. Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. пер. з англ. / М. Кастельс. — К. «Ваклер». 2007. — 304 с.
19. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. пер. с англ. под ред. О. И. Шкаратана. М. Изд-во Высшей школы экономики. 2000. 608 с.
20. Кюблер Х.-Д. Міфи про суспільство знань. переклад з німецької / Х.- Д. Кюблер — К. Видавничий дім Дмитра Бурого. 2010. — 264 с.
21. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие. М. 2002. С. 138-149.
22. Маклуэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М. КАНОН-Пресс-Ц. 2003. 464 с.
23. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: мас-медії та громадська думка. пер. з англ. / М. Мак-Комбс. — К. «К. І. С. ». 2007. — 256 с.
24. Маліс О. Політичний сайт як посередник між суб'єктами політики та суспільством. [Електронний ресурс] – Режим доступа до ресурсу:
25. Михайлова А. М. Политическая интернет коммуникация в современном региональном пространстве. Улан-Удэ. 2007. 52 с.
26. Парсонс Т. Система современных обществ. М. Аспект-Пресс. 1998. 270 с.
27. Привалова Д. А. Интернет как средство массовой политической коммуникации. Екатеринбург. 2009. Т. 2. С. 92—124.
28. Сарчинелли У. Старые СМИ – новые СМИ. К вопросу об отношениях между журналистикой и политикой. М. РАН ИНИОН. 2002. С. 38-45.
29. Соленикова Н. В. Политический Интернет в Российских избирательных кампаниях: тенденции и проблемы развития. Уфа. 2007. 33 с.

30. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3. С. 5-18.
31. Терин В. П. Массовая коммуникация: социо-культурные аспекты политического воздействия: исследование опыта Запада. М. Издательство Института социологии. 1999. 169 с.
32. Тоффлер Э. Третья волна. М. АСТ. 2004. 781 с.
33. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: [http://polbu.ru/feofanov\\_advert/ch42\\_all.html](http://polbu.ru/feofanov_advert/ch42_all.html) (дата звернення: 19.09.21).
34. Чеснаков А. А. Ресурсы INTERNET и российские политические технологии: состояние и перспективы развития // Вестник МГУ. Сер.18. Социология и политология. 1999. № 4. С. 65—71.
35. Чугунов А. В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий. СПб. 2000. 99 с.
36. Шабшин И. И. Психологические особенности и феномены коммуникации в Интернете. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: [http://zhurnal.lib.ru/s/shabshin\\_i\\_i/internet.shtml](http://zhurnal.lib.ru/s/shabshin_i_i/internet.shtml) (дата звернення: 15.08. 2021).
37. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. В 3-х ч. М. 1992 235 с.
38. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград. Перемена. 2000. 325 с.
39. Штурхецький С. Передумови використання Е-комунікацій при вирішенні комунікативних завдань місцевого самоврядування. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://naub.org.ua/>. (дата звернення: 15.09. 2021).
40. Яковлев Д. В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація. Д. В. Яковлев. Одеса. Астропринт. 2009. — 288 с.

41. Blumer H. *The Mass, The Public, and Public Opinion // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by B. Berelson and M. Janowitz. Free Press, 1953. P. 43-49.*
42. Brzezinski Zb. *Between Two Ages. America's Role in the Technetronic Era. N. Y. The Viking Press, 1970. 255 p*
43. Coolye C. H. *The Significance of Communication // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by B. Berelson and M. Janowitz. Free Press, 1953. P. 145-153.*
44. Deibert R. J. *Parchment, Printing and Hypermedia: Communications in World Order Transformation. N.Y. Columbia University Press. 1997. 329 p.*
45. Deutsch K. *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. N.Y. Free Press. 1966. 316 p.*
46. Fleur M. L. de, Lowery S. *Milestones in Mass Communication Research. N.Y. Longman. 1983. 399 p.*
47. Habermas J. *Communication and the Evolution of Society. Boston. Beacon Press, 1992. 239 p.*
48. Heyer P. *Communications and History: Theories of Media, Knowledge, and Civilization. N.Y. Greenwood Press, 1988. 197 p.*
49. Janda K., Berry J., Goldman J. *The Challenge of Democracy: Government in America. Boston. Houghton Mifflin Company, 1989. 760 p.*
50. Lasswell H. D. *The Theory of Political Propaganda // Reader in Public Opinion and Communication. / Ed. by B. Berelson and M. Janowitz. Free Press. 1953. P. 176-180.*
51. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. Third Edition. N.Y. Columbia University Press. 1968. 178 p.*
52. Klapper J. T. *The Effects of Mass Communication. N.Y. Free Press. 1960. 302 p.*
53. Schramm W. *Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries. Stanford. Stanford University Press. 1964. 333 p.*