**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота**

**бакалавра**

**ВПЛИВ ІНТЕРНЕТУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОЛІТИЧНУ КОМУНІКАЦІЮ В УКРАЇНІ**

Виконав: студент групи 6.0520-п

спеціальності 052 Політологія

освітньо-професійної програми «Політологія»

Д. С. Штенгелов

Керівник доцент кафедри політології, доцент, к.політ.н. А.О. Руднєва

Рецензент доцент кафедри політології, доцент, к.політ.н. Ю. Г. Мальована

Запоріжжя – 2024

**ЗМІСТ**

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОЛІТИЧНУ КОМУНІКАЦІЮ ……………………………………………………………………6

1.1. Стан наукового дослідження впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію………………………………………………………………6

1.2. Аналіз понятійно-категоріального апарату дослідження……………………11

1.3. Принципи та методи дослідження впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію……………………………………………………………..14

РОЗДІЛ 2. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОЛІТИЧНУ КОМУНІКАЦІЮ В УКРАЇНІ….…..18

2.1. Сутність та особливості інтернету як засобу комунікації ……………….….18

2.2. Соціальні мережі як інструмент впливу на політичну комунікацію …….….21

2.3. Особливості сучасної політичної комунікації в Україні……………………...27

РОЗДІЛ 3 ПЕРЕСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОЛІТИЧНУ КОМУНІКАЦІЮ В УКРАЇНІ….….32

3.1. Особливості впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні………………………………………………………………32

3.2. Рекомендації щодо підвищення ефективності політичної комунікації в Україні в умовах зростаючого впливу інтернету та ролі соціальних мереж…………...…………………………………………………………………...38

ВИСНОВКИ………………………………………………………………………...42

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ……………………………………………………………45

**ВСТУП**

*Актуальність дослідження* обумовлена тим, що на сьогодні в умовах тотальної інформатизації суспільства, відповідної трансформації зазнає і сучасна політична комунікація. Дані зміни в першу чергу обумовлені поширеним впливом інтернету та соціальних мереж. На відміну від традиційних ЗМІ, особливість Інтернету полягає в тому, що віртуальний простір здатен поєднувати у собі всі характеристики радіо, телебачення та газет, швидке та своєчасне надання інформації та доступний характер. Соціальні мережі є одним із провідних інформаційних інтернет можливостей, особливість котрого полягає в об’єднанні людей в незалежності від соціального статусу та місцеположення.

Загалом інтернет та соціальні мережі з усіма своїми властивостями мають вагомий вплив на політичну комунікацію. Саме даний вплив свідчить про те, що сучасне українське суспільство є політизованим. Значна частина українського населення є активними користувачами інтернет простору, і в тій чи іншій мірі стають учасниками політичної комунікації. Крайні Президентські та парламентські вибори 2019 року, пандемія COVID-19, та початок повномасштабного вторгнення ще більш занурили суспільство в інтернет простір. Бо саме інтернет та соціальні мережі стали провідним інформаційними інструментами щодо впливу на громадську думку. Сучасна політична комунікація в соціальних мережах та в інтернеті на сьогодні набула масового характеру та має різноманітні форми прояву.

Серед вітчизняних науковців, які досліджують вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію, можна виокремити: О. Акетіна, Я. Божко, Ю. Данько, Д. Денисенко, Т. Ковтун, Т. Ковалевська, Ю. Кокарча, Г.Почепцов, А. Руденко, Н. Стеблина та ін. Дослідники розглядають, якою на сьогодні є політична комунікація в інтернеті та соціальних мережах, яких набула ознак та як дана політична комунікація впливає на суспільство.

*Проблемна ситуація* полягає в тому, що в останні роки вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні набув масового та не контрольованого характеру. Політична комунікація в інтернет середовищі набуває ознак пропаганди та маніпулятивного впливу. Окрім цього у суспільстві формується оманливий характер політичної залученості. Як результат, люди які вважають себе активними учасниками політичної комунікації, по факту, можуть ставати жертвами політичного впливу та політичних маніпуляцій. Саме неконтрольований та масований характер впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні створив сприятливе середовище для ведення інформаційної війни з боку країни агресора.

*Об’єкт дослідження:* особливостіполітичної комунікації в інтернеті та соціальних мережах.

*Предмет дослідження:* вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні.

*Мета роботи:* дослідити особливості впливу інтернет простору та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні.

*Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:*

– дослідити стан наукового дослідження впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію;

– провести аналіз понятійно-категоріального апарату дослідження;

– визначити принципи та методи дослідження впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію;

* визначити сутність та особливості інтернету як засобу комунікації;
* розглянути соціальні мережі як інструмент впливу на політичну комунікацію;
* дослідити особливості сучасної політичної комунікації в Україні;
* визначити особливості впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні;
* надати рекомендації щодо підвищення ефективності політичної комунікації в Україні в умовах зростаючого впливу інтернету та ролі соціальних мереж

*Гіпотеза:* Інтернет та соціальні мережі є провідним джерелом політичної комунікації в Україні

*Структура роботи:* кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури.

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОЛІТИЧНУ КОМУНІКАЦІЮ**

**1.1. Стан наукового дослідження впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію**

Дослідження особливостей впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію за останні роки стало провідною темою як для вітчизняних так і для закордонних дослідників.

Так, на думку Дж. Льюїса, Інтернет за останні десятиліття став революційною силою. Інтернет в певній мірі призвів до демократизації, але якщо під цим ми маємо на увазі більшу участь у політиці, а не схвалення демократичних цінностей. Інтернет також впливає на посередництво політичного контенту, що є особливо помітним, оскільки децентралізовані медіа витісняють редакторів і перевіряючих факти минулого.

Соціальні медіа підсилюють тенденцію до дезінформаціїї. Так наприклад, соціальна мережа Facebook стала основним джерелом новин для значної частини населення США. Особливість інформування в цій соціальній мережі полягає в тому, що новини автоматично відбираються та формуються відповідно до уподобань групи, тому інформація, яка суперечить існуючим переконанням, часто виключається. Така інформаційна політика соціальних мереж сприяє тому, що інтернет користувачі сприяють спотвореному сприйняттю політичної інформації, що в свою чергу впливає на необ’єктивне сприйняття політичної реальності. Таким чином вплив інтернету та соціальних мереж має двоякий вплив на якість політичної комунікації. З одного інтернет виводить політичну комунікацію на якісно новий рівень інформатизації суспільства. А з іншого, за допомогою інтернету відбувається процес маніпулювання інформацією для зміни думок і поведінки шляхом використання переваг людських інстинктів і психічних рефлексів, що в свою чергу призводить до прискорення занепаду домінуючого політичного наративу демократичного прогресу [58].

Хорватський дослідник М. Бача зазначає, що інтернет і політика в сучасному світі стали нероздільними і, таким чином, поступово усувають перешкоди для вільного потоку інформації між особами, які приймають політичні рішення, і тими, в чиє ім’я вони приносять користь (громадськість). Країни з перехідною економікою повинні слідувати сучасним тенденціям пристосування Інтернету до сфери політичної комунікації, що водночас спричиняє зміну до домінуючої моделі політичної комунікації, заснованої на закритості та непрозорості. Таким чином виникає необхідність до посилення усвідомлення важливості он-лайн кристалізації громадської думки [57]. На основі даної думки можна зазначити, що сучасний вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію є незворотнім процесом. Але для того щоб даний процес був ефективним, необхідним є усвідомлений та грамотний підхід до споживання інтернет інформації.

Про вагомий вплив соціальних на політичну комунікацію зазначає і А. Янченко. Дослідник зазначає, що процес медіатизації політичного процесу набув якісного нового виміру. Ті соціальні медіа, які виникли в результаті конвергенції мас-медіа та інтернет-технологій, демонструють значне зростання користувачів, що в свою чергу зменшує вагу інших джерел комунікації, таких як телебачення та преса. Як вдало відмічає дослідник, інтернет та соціальні мережи включно, на сьогодні є новим та ефективним майданчиком для розширення політичного дискурсу. Ключовою перевагою інтернет простору є саме доступність та якість отримання комунікації. Саме в інтернет мережі користувачі, як активні учасники політичного життя можуть висвітлювати свої думки щодо змін які відбуваються в політичній системі країни. До інтернет можливостей також включені можливість обміну інформацією, взаємодія з органами влади, та моніторинг діяльності уряду. Не маловажний вплив інтернет середовища та соціальних мереж стосується не лише громадськості, а також і політичних суб’єктів (діячі, партії, держ. структури та ін.), які за допомогою сучасних інтернет можливостей налагоджують власну політичну комунікацію з громадянами. Тому в сучасному світі, особливо за умови наявності демократичного режиму, політичні діячі ефективно використовують інтернет середовище з метою самопрезентації, зворотного зв’язку, рекрутування та мобілізації електорату [56]. Отже, застосування інтернету та соціальних мереж стало одним із інструментів політичної комунікації. Як і громадськість, так і політичні діячі використовують інтернет мережу для досягнення тих чи інших цілей, це стосується як і загальної інформатизації суспільства, так і формування політичної агітації під час виборчої кампанії та у між виборчий період.

Не менш важливу роль у дослідженні впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію відіграє роль соціальних мереж як інструменту політичної маніпуляції. Так дослідниці С. Була та О. Свідерська зазначають, що в сучасному світі, політичні кампанії, вплив на громадську думку і навіть початок конфлікту розпочинаються із соціальних мереж. Це демонструє, що соціальні мережі стали одним із ефективних інструментів для політичної мобілізації. Дослідниці зазначають, що сучасний інформаційний простір характеризується маніпулятивним характером, бо саме перенасиченість соціальних мереж формує таке середовище, в якому навіть терористичні організації можуть контролювати ці інформаційні потоки. Тому варто розуміти, що сучасні соціальні мережі побудовані за принципом горизонтальних, а не ієрархічних зв’язків, що в свою чергу може використовувати потужність інтернет-простору з будь-якою метою. Соціальні мережі, є частиною політичної комунікації для якої характерним є підсилення маніпулятивних, психологічних впливів зі сторони кіберпростору [6]. На основі розглянутого можемо зазначити, що інтернет простір, а виключно соціальні мереж є майданчиком для формування та розвитку низки маніпулятивних технологій з метою викривлення політичної інформації, що в свою чергу сприяє зменшенню ефективності політичної комунікації.

Окрім маніпулятивної складової інтернету та соціальних мереж щодо формування політичної комунікації, деякі дослідники виокремлюють і переваги. Так А. Краснякова до переваг впливу інтернет простору на політичну комунікацію виокремлює:

1) взаємоопосередкована взаємодія між суб’єктами політичної діяльності;

2) можливість взаємодіяти між політичними суб’єктами в не залежності від їх місця перебування;

3) формування конвергенції, яка впливає на створення суб’єкт-суб’єктної моделі комунікації;

4) нівелювання соціальної та вікової диференціації користувачів, за таких умов впливовість користувачів залежить від інтелектуальних здібностей та рівня інтегрованості до мережевого політичного простору [22].

На основі даних переваг можемо зазначити, що позитивний вплив інтернету на політичну комунікацію позначається у можливості швидко приймати політичні рішення, відповідно до тих чи інших викликів. Також даний вплив може сприяти формуванню об’єктивної оцінки щодо політичних проблем.

Певні узагальнення робить Т. Ковалевська, зазначаючи, що саме мережева політична комунікація є новою формою політичної комунікації, особливість якої є усунення меж в міжособистісній, груповій та масовій комунікації [20].

Л. Тесфайє, виокремлює головні особливості до розуміння політичної комунікації в інтернет середовищі. Розглянемо більш детально кожну із них.

1. Структурованість аудиторії. На відміну від традиційних ЗМІ (газети, журнали, радіо), в інтернет просторі є можливість формувати аудиторію за різними соціальними параметрами, включаючи демографічні, релігійні, професійні, тощо [40].

2. «Горизонтальність» комунікації. Для традиційних ЗМІ характерним є

вертикальна асинхронна комунікація «зверху донизу», яка передбачає залежність та нерівноправність суб’єктів комунікації. В інтернеті інформаційний простір функціонує на засадах ініціативної горизонтальної комунікації між користувачами. Особливість полягає в тому, що кожен мережевий користувач може одночасно виконувати декілька ролей, а саме бути: ініціатором взаємодії, інформаційним джерелом, транслятором власної думки, учасником дискусій та обговорень та ін. [40].

3. Генерація контенту користувачами. Особливість інтернету та соціальних мереж полягає в тому, що на цих засадах сформувався окремий клас медіаресурсів, який засновується на активній участі користувачів, мається на увазі активний розвиток блогосфери. Соціальні мережі виступають майданчиками, на яких формується соціально-політичний інформаційний контент [40].

4. Вплив оцінок користувачів на сприйняття повідомлень. Для інтернет простору окрім вище розглянутих ознак характерним є також домінування коментарів та різного роду оцінок з боку користувачів. Інколи саме коментарі формують загальну оцінку повідомлення, а не його змістовне наповнення. Тому коментарі та оцінки можуть відігравати ключову роль щодо значущості того чи іншого повідомлення. Саме оціночна діяльність тих чи інших подій може підігрівати політичний інтерес до різного роду інформації [40].

5. Високий мобілізаційний потенціал. На базі відомих соціальних мереж, таких як «Facebook», «Telegram», як свідчить політичний досвід можна з легкістю мобілізувати людей з метою проведення політичної акції. Саме завдяки оперативності та всеосяжності інтернет простору, виникає дана можливість [40].

6. Нелімітованість. На відміну від ТБ та газет, ємність інтернет простору якщо і обмежена, то за необхідності може бути збільшена. Таким чином в інтернет мережі може бути викладений необмежений обсяг як текстової, відео, фото, та аудіо матеріалів [40].

7. Таргетованість. Можливість інтернет користувачу окрім цільової інформації, отримати і унікальний для території знаходження користувача контент (погода, афіша заходів і т.п.) [40].

8. Мультимедійність. Включеність в інтернет просторі усіх можливих медіаформатів. Таким чином користувач в залежності від власних вподобань може дізнаватися інформацію як і читаючи, так і переглядаючи та слухаючи [40].

9. Оперативність. Своєчасне та оперативне надання інформації користувачам [40].

Враховуючи розглянуті особливості можемо зазначити, що політична комунікація в інтернет середовищі набуває нових та специфічних характеристик, що кардинально змінює її особливості.

Розглянуті дослідження демонструють високий рівень наукової інтенсивності щодо дослідження впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію, що в свою чергу демонструє актуальність даного напрямку серед науковців.

**1.2. Аналіз понятійно-категоріального апарату дослідження**

Для більш глибинного дослідження сутності та особливості впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію, необхідно розглянути сутність та особливість ключових понять дослідження: комунікація, політична комунікація, інтернет, соціальні мережі.

Базовим поняттям даної кваліфікаційної роботи є – «комунікація». В загальному розумінні під комунікацією розглядають людську взаємодію у світі [44, c. 291]. Таким чином бачимо, що функціонування людської взаємодії відбувається саме завдяки комунікації. Інший термінологічний словник, розкриває сутність комунікації наступним чином «фундаментальна ознака людської культури, яка полягає у взаємозв’язку, взаємоспілкуванні, взаємодії людей на основі обміну певною інформацією» [39]. Від особливостей комунікації залежать відповідно і особливості формування культурної складової суспільства. Саме інформація є джерелом розвитку комунікації.

Інформація, у перекладі від лат. informatio – це роз’яснення, виклад фактів, подій. Українська бібліотечна енциклопедія розглядає поняття інформація як «зафіксовані в документованій формі або публічно виголошені відомості про події та явища в суспільстві, які людина сприймає безпосередньо за допомогою власних органів чуття чи спеціальних в процесі використання різних каналів комунікації, включно із засобами масової інформації, текстовими, вербальними повідомленнями»[15]. Дане поняття пікреслює комплексний характер поняття «інформація», вказуючи що це багатоскладовий процес, який обумовлений певною подією, потім оброблений завдяки людському сприйняттю, а коли набуває загального характеру, через будь-який формат оголошення, вже і сприймається як інформація. Політологічний словник, поняття «комунікація», трактує як спілкування, процес передачі інформації за допомогою використання технічних засобів масової комунікації (преса, радіо, телебачення) [28, c.399].

Отже, комунікація є одним із складників життєдіяльності людини, яка відповідає за своєчасне інформування людини. В сучасному інформаційному суспільстві, комунікація відіграє важливу роль у суспільстві.

Не менш вагому роль комунікація відіграє і в політичній сфері. Саме поняття «політична комунікація» є базовим для даної роботи. Політологічний словник, розглядає «комунікацію політичну, як форму спілкування у сфері політичної діяльності яка встановлена на основі обміну інформацією, впливає на формування громадської думки, соціалізації громадян та структурує політичний простір». Виходячи із сутності даного поняття, бачимо, що саме від особливостей реалізації політичної комунікації і залежить рівень сформованості політичної обізнаності серед суспільства [28, c.399].

Для політичної комунікації характерним є проникнення у всі сфери життєдіяльності людини, а тому вона характеризується із великими масами, і тому ототожнюється із масовою комунікацією. Під масовою комунікацією варто розуміти «систематичне розповсюдження спеціально підготовлених повідомлень із застосуванням технічних засобів тиражування інформації, які мають соціальне значення з метою впливу на людей» [27]. Поширеною проблемою є співвідношення масової комунікації з політичною. Відомі дослідники Г. Алмонд і Д. Пауелл виокремили політичну комунікацію від масової, відзначили п’ять основних її ланок: 1) міжособові контакти; 2) традиційні соціальні структури; 3) політичні структури «входу»; 4) ЗМІ; 5) політичні структури «виходу» [1]. Даний підхід до розуміння особливості політичної комунікації може вказувати, що більшість інформації в житті так чи інакше пов’язані з політичним середовищем. Отже, вважаємо, що під політичною комунікацією варто розуміти соціально-інформаційне поле, на якому поєднуються усі політично та соціально важливі компоненти політичного життя суспільства.

Розглядаючи сутність та особливість розуміння понять «комунікація», «інформація», «політична комунікація», «масова комунікація», увагу було націлено і на інструменти поширення та реалізації інформації та комунікації. Акцент зазвичай робився на телебаченні, радіо та друкованих носіях інформації. Але за останні роки, вважаємо відбулась інформаційно-технічна революція, завдяки котрій панівними інструментами вважають саме інтернет та соціальні мережі. Тому виникає запит на розгляд сутності та особливостей даних понять. Словник веб-термінів, зазначає, що Інтернет – «це складна електронна інформаційна структура, що представляє собою глобальну мережу, яка може пов’язувати між собою комп’ютери, розташовані в будь-якій точці Земної кулі, і здійснювати між ними обмін інформацією» [14]. З даного поняття бачимо, що саме інтернет надав особливого значення для розуміння масової комунікації, бо кожен, хто має відповідні пристрої, може отримати ту чи іншу інформацію, знаходячись далеко від місця розгортання тих чи інших подій, і в не залежності від часових поясів отримати ту чи іншу інформацію. Стосовно особливості впливу Інтернету на політичну комунікацію, то Т. Ковтун та І. Похило, зазначають, що інтернет є засобом модернізації та вдосконалення політичної системи, яке якісно оновило інформаційно-комунікаційне середовище та урізноманітнило канали політичного впливу на суспільство [19].

В сучасних умова, політична комунікація дуже часто формується саме в соціальних мережах. Щодо особливості походження терміну «соціальна мережа» то він з‘явився ще у 1954 році, задовго до появи Інтернету. Даний термін означав тісні взаємовідносини між двома і більше людьми. Автором даного терміну є британський соціолог Дж. Барнсом [35]. В загальному розумінні, соціальні мережі – це «мережа людей, які зустрічаються в Інтернеті для спілкування, розміщуючи інформацію та зображення, залишаючи коментарі чи надсилаючи повідомлення» [52].

Більш детально, сутність поняття «соціальні мережі» трактує Велика українська енциклопедія, зазначаючи, що це багатозначний термін. Перше трактування даного терміну зводиться до того, що це «веб-сайт або додаток, заснований на інтернет-технологіях, метою якого є комунікація користувачів». Інший підхід до розуміння даного поняття розглядає соціальні мережі як «добровільну інтернет-громаду, спільноту користувачів, що спілкується, обмінюється інформацією, взаємодіє, використовуючи як комунікаційну платформу певний інтернет-ресурс» [34]. Вважаємо, що кожний підхід до розуміння даного поняття в певній мірі розкриває його особливості, але ключове є розуміння того що, основним завданням соціальної мережі є налагодження комунікації між людьми в інтернет середовищі, на основі спеціальних додатків, таких як Facebook, Instagram, Telegram та ін. В контексті розуміння сутності та особливостей соціальних мереж, саме вони на сьогодні є одним із інструментів формування сучасної політичної комунікації як в Україні, так і в цілому в світі.

На основі розглянутих ключових понять дослідження: «комунікація», «інформація», «політична комунікація», «інтернет», «соціальна мережа» та ін., може зробити певні висновки. Розглянуті поняття є взаємопов’язаними та взаємозалежними. Кожне з понять вказує на особливості та тенденції розвитку політичної комунікації, та той факт, наскільки вагомою є роль інформації для суспільства в сучасному середовищі. Ми вважаємо, що саме інтернет та соціальні мережі мають якісно новий вплив на формування та розвиток політичної комунікації в Україні в сучасних умовах.

**1.3. Принципи та методи дослідження впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію**

З метою дослідження процесу впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікаціюварто застосувати певні методичні підходи та принципи. Під час дослідження зазначеної теми ми використали наступні принципи: науковості, об’єктивності, термінологічний.

Сутність принципу науковості полягає у цілеспрямованому впливі на суспільну систему в цілому або на її окремі ланки на основі пізнання та використання об’єктивних законів та закономірностей.

Принцип науковості у даній роботі використовується з метою більш детального розуміння особливостей впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію. Також застосування даного принципу дозволяє більш детально розглянути особливості соціальних мереж як інструменту впливу на громадськість.

Ще одним використаним принципом є принцип об’єктивності. Особливість даного принципу полягає у безпристрасному дослідженні [29]. Для об’єктивного дослідження впливу інтернету та соціальних мереж необхідно враховувати також усі аспекти офлайн впливу на політичну комунікацію.

Під час дослідження сутності основних понять даної роботи було використано термінологічний принцип. Сутність даного принципу полягає у вивчення основних термінів і позначуваних ними понять, розробку або уточнення змісту та обсягу понять, встановлення взаємозв’язку і субординації понять, їх місця в понятійно-категоріальному апараті. Завдяки даному принципу ми визначили сутність та особливості основних понять даної роботи, та визначили логічний взаємозв’язок між ними.

Наступним кроком в науковому дослідженні є визначення наукових підходів які були використанні під час написання роботи.

Одним із таких є діяльнісний підхід. Згідно з основним методологічним положенням застосування діяльнісного підходу, є той факт, що діяльність має цілеспрямований характер та реалізовується на основі певних конкретно-історичних та соціально-культурних умовах. Відповідно до тематики роботи ми розглянули інтернет та соціальна мережі як ключові сегменти сучасного інформаційного суспільства, що як результат мають вагомий вплив на особливості формування та функціонування політичної комунікації [41].

Один із базових підходів є системний. Сутність системного підходу полягає в тому, що під час написання наукової роботи певні самостійні компоненти розглядаються не ізольовано, а у взаємозв’язку. Завдяки даному принципу можна виявити системні властивості і якісні характеристики складових елементів системи. Предметний та функціональний аспекти системного підходу потребують реалізації в єдності таких принципів дослідження, як конкретність, врахування всебічних зв’язків і розвитку. Відповідно до даної роботи то системний підхід продемонстрував наскільки взаємопов’язані основні компоненти даної роботи [13].

Функціональний підхід. Його сутність полягає у виділенні елементів взаємодій різноманітних суб’єктів або елементів, і визначенні їх місця і значення (функції). Тобто, завдяки даному підходу ми розглянули, який функціональний вплив здійснює інтернет та соціальні мережі на політичну комунікацію. Які виокремлюють особливості впливу інтернет простору на політичний комунікаційний простір [42].

Одним із базових підходів даного дослідження є комплексний підхід. Сутність даного підходу полягає у єдності цілей, завдань, змісту, методів і взаємозалежності. Завдяки даному підходу ми маємо чітко окреслений висновок щодо впливу інтернету та соціальних мереж на формування особливостей політичної комунікації в українських реаліях [45].

Досягнення мети наукової роботи можливе лише за допомогою комплексу систематизованих прийомів, саме яким є методи.

Метод аналізу передбачає розкладання цілого складного явища на його складові, більш прості елементарні частини і виділення окремих сторін, властивостей та зв’язків. Використання даного методу передбачає собою послідовність дій з установлення структурних зв’язків між змінними або елементами досліджуваної системи. Завдяки методу аналізу було визначено особливості впливу інтернету та соціальних мереж на особливості формування політичної комунікації [26].

Синтез – це протилежний аналізу метод, змістом якого є об’єднання раніше розчленованих частин предмета в єдине ціле. Аналіз і синтез взаємно передбачають і обумовлюють один одного. За допомогою даного методу ми розглянули особливості політичної комунікації в сучасному мережевому середовищі [26].

Індукція та дедукція, є допоміжними методами наукового дослідження. Сутність індукції полягає у пізнанні від окремих фактів до загальних висновків. Індуктивні умовиводи наближують до підсумкової думки, до загального визначення щодо предмету дослідження [53]. Завдяки даному науковому методу ми можемо узагальнити наявні знання про об’єкт дослідження. Індукція орієнтована на поєднання окремих факторів та складання його в єдину комплексну роботу. Прикладом застосування даного методу є другий розділ даної роботи, де кожен підрозділ висвітлює окремий компонент теми даної роботи, і завдяки індукції ми маємо загальний систематичний вигляд та відповідно певний результат.

Дедукція, є протилежним за своєю структурою від індукції. Результатом дедукції є побудова висновку, заснованого на логічній послідовності. Сутність дедукції полягає у переході від знання загальних закономірностей до окремого його прояву. Прикладом стосовно даної роботи може бути як і аналіз основних понять роботи, а також розбір особливостей впливу інтернет середовища на політичну комунікацію відповідно до українського досвіду.

Таким чином, у процесі дослідження теми було використано комплекс наукових принципів, підходів та методів, які допомогли розкрити особливості впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію. Базовими принципами стали принципи науковості та об’єктивності, підходами – функціональний та системний, а науковими методами – аналіз та синтез.

**РОЗДІЛ 2**

**СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОЛІТИЧНУ КОМУНІКАЦІЮ В УКРАЇНІ**

**2.1. Сутність та особливості** **інтернету як засобу комунікації**

Інтернет є одним із чинників формування глобального інформаційного суспільства. Тому дослідження сутності та особливості інтернету як засобу комунікації, є основним в розумінні особливостей його впливу на політичну комунікацію.

Глобальний характер інтернету виокремлюють як новий етап розвитку людства. Основними його характеристиками є соціальна диференціація відповідно до принципу «наближеності до знання», поєднанням соціальної організації разом з інформаційними технологіями, та відповідно панівний характер інформації як цінності. Розуміння особливості інтернету та його глобальний характер є науково перспективним в сфері досліджень. Унікальність інтернету проявляється у тому, що в нього особлива організація та структура інформації, також до його особливостей відносять нові методи формування сфери обміну інформації, необмежені можливості в отриманні дистанційної освіти. Глобальний характер інтернет простору проявляється завдяки тому, що він об’єднав розрізнені комунікаційні системи у глобальну мережу, що в свою чергу забезпечує транскордонний обмін інформацією по всій планеті. Таким чином, саме розвиток інтернет технологій свідчить про перехід від індустріальної стадії розвитку людства до інформаційної цивілізації.

Особливість інтернету полягає в тому, що він дає можливість реалізовувати комунікацію у декількох формах:

1) асинхронна (відкладена) комунікація;

2) синхронна комунікація (миттєва комунікація). Особливості вибору формату комунікації і надає привілейовану перевагу інтернету.

Отже, інтернет як інструмент комунікації має як переваги так і недоліки. До переваг відносять: відкритість, доступність, необмежений характер пропозицій щодо інформації. Недоліки інтернет комунікації: наявність «надлишкової» інформації, наявність сумнівної/недостовірної інформації [3].

Не зважаючи на сучасний характер інтернету як засобу комунікації, для нього характерним є також і певні традиційні сутнісні характеристики комунікації. До них відносять наявність адресата та адресанта повідомлень, фільтрування інформації, необхідність зворотного зв’язку, а також об’єктивні та суб’єктивні передумови спілкування [2].

Щодо особливостей інтернету як засобу комунікації. Однією із основних особливостей інтернет комунікації є можливість анонімного характеру. Отже учасник комунікації має можливість із свої власних міркувань приховати своє ім’я, вік, соціальний стан та ін. За таких умов комунікація відбувається під псевдонімами. Такий формат спілкування в певній мірі сприяє формуванню внутрішньої свободи та організації власної безпеки. Наступною особливістю є те що, коли повідомлення потрапляє в інтернет воно може набути різних характеристик, а саме бути висвітлене як в текстовому форматі, так і в аудіо чи відео форматах. Не зважаючи на різноманітність форматів, для інтернет комунікації характерним є відсутність невербальних засобів спілкування. Але для того щоб продемонструвати свої емоції в інтернет середовищі активно використовуються паралінгвістичні засоби, або т.зв. «смайлики». Під смайликами варто розуміти набір графічної інформації, яка відображає ті чи інші емоції у вигляді людського обличчя [9].

До особливостей інтернет комунікації відносять також фізичну відсутність, у поєднання з анонімним характером спілкування це дає можливість для прояву фантазії щодо особливостей та соціального статусу співрозмовника. Такий формат комунікації формує іншу сутнісну характеристику, таку як не регламентованість поведінки. Особливість полягає в тому, що через відсутність правил поводження в інтернет середовищі, учасники комунікаційного процесу можуть дозволити собі неформальний характер спілкування, що часто може мати прояв у вигляді застосування ненормативної лексики, виражати емоції не традиційним засобом та ін. [2]. Як бачимо, інтернет комунікація за своїми сутнісними характеристиками поєднує в собі як традиційні, так і свої унікальні характеристики.

Дослідження особливостей інтернету як інструменту комунікації є цікавим і з точки зору його психологічних особливостей, бо інтернет, з усіма його особливостями впливає на формування свідомості людини. Так на думку психологів, комунікація в інтернет просторі є важливою для певної категорії людей, у яких реальне життя збіднене на міжособистісну комунікацію. Для таких людей інтернет є інструментом для збільшення комунікації, таким чином утворюється ілюзія щодо наявності широкого кола співрозмовників та однодумців. Людина яка надає перевагу інтернет комунікації переживає емоції та програє ті ролі які не може реалізувати у справжньому житті, тим самим інтернет комунікація є інструментом для реалізації мрій. Для даного підходу до формування комунікації характерним є компенсаторний, замісний вид спілкування. Це відбувається через те що людина не може знайти себе у реальному житті. Як результат людина стає залежною від інтернет комунікації. Основними рисами інтернет залежності є індивідуалізм, агресивність та байдужість. Тим самим відбувається процес зміни характеру особистості, для якої характерним є техногенне мислення. За таких обставин людині більш приємно проводити час в інтернеті, а не в реальному житті [50].

Американська дослідниця К. Янг зазначає, що Інтернет залежних можна поділити на тих хто спілкуються заради самого спілкування – 91%, та тих для кого спілкування є способом одержання інформації – 9%. Дослідниця разом зі своїми колегами виокремлюють декілька типів інтернет-залежності: 1) нав’язливий веб-серфінг; 2) залежність від віртуального спілкування та знайомств; 3) ігрова залежність; 4) залежність від перегляду фільмів; 5) кіберсексуальна залежність [50]. Отже, інтернет комунікація здатна впливати на психічний стан людини, змінювати характер особистості та формування ще одного роду залежності у людей.

Дослідженням особливостей інтернет комунікації займаються і з лінгвістичної точки зору. Варто зазначити, що мовне середовище інтернет простору є функціонально-стилістично неоднорідним, а також не має ознак ситуативності. Для інтернет комунікації характерним є його проміжний характер між усною та письмовою комунікацією. Тому характерним є недотримання літературних норм та використання некодифікованих одиниць. Поширеним явищем для інтернет спілкування є також запозичення англійський слів (онлайн, юзати). Також характерним є використання білінгвізму в інтернет просторі. А щодо стилістичної організації тексту в інтернет комунікації, то прослідковується тенденція до застосування епістолярного жанру. Враховуючи ці та інші особливості, англійський філолог Д. Крістіл зазначає на необхідності окремо вивчати мову мережевої комунікації [16]. На думку вітчизняного дослідника С. Чемеркіна, то мережева мова є «спеціальним різновидом розмовної мови, що функціонує у сфері Інтернет-комунікації» [49].

Дослідженням сутності та особливостей інтернет комунікації є актуальним для багатьох наукових напрямків. Як бачимо, затвердження вагомої ролі в житті людини інтернету та відповідно інтернет комунікації призвело до інформаційної революції та відповідно до формування нового типу людини. Безмежний характер можливостей інтернет комунікації та його прогресивний розвиток призвели до того, що інтернет став одним із потужних різновидів комунікації. Цей потужний характер продемонстрував здатність впливати на свідомість та характер людей та змінювати їх психотипи. Вважаємо, що інтернет став сучасною зброєю масового інформаційного ураження сучасної людини. Бо на сьогодні будь-яка складова життя людини в тій чи іншій мірі залежить від інтернету, необхідності отримати, поширити та надати інформацію. Також інтернет комунікація стала тим віртуальним простором в якому є можливість сформувати життя таким чином, яке є більше до вподоби користувача.

**2.2. Соціальні мережі як інструмент впливу на політичну комунікацію**

Найбільш ефективний соціальний контакт в інтернеті відбувається саме в соціальних мережах. Тому відповідно широке соціальне середовище соціальних мереж виступає майданчиком для реалізації політичної комунікації. Масовий характер використання соціальних мереж є ключовим в увазі політичних діячів. Тому під час виборчої кампанії більше шансів перемогти у тих, хто має доступ різноманітних ЗМІ. Однак, останні виборчі кампанії по всьому світі демонструють, що одним із ефективних інструментів впливу на електорат є саме застосування мережі Інтернет. Окрім масового характеру інтернет середовища, до його переваг реалізації політичної комунікації належить також швидкість та легкість публікації інформації. Ще однією перевагою соціальних мереж, яка є корисною у політичній комунікації є можливість формувати навколо теми або проблеми коло однодумців. Таким чином політичній діяч може об’єднати свою цільову аудиторію в соціальній мережі. Отже, на сьогодні фіксується питома вага на віртуалізацію інформаційного простору в політичні сфері.

 Окрім формування впливу на громадськість з боку політичних діячів, не менш ефективним є застосування соціальних мереж як інструменту впливу на політичних діячів з боку громадськості. Формується можливість, за якою кожен індивідуально може впливати на посадовця будь-якого рівня та корегувати його політичну діяльність. Така можливість спілкування зменшує кількість проміжних ланок між громадянином та посадовцем. Бо з поширенням соціальних мереж, більшість політичних діячів мають власні акаунти в соціальних мережах. Відповідно будь-хто може написати в особисті повідомлення політичному діячу. Звісно, даний механізм комунікації не завжди спрацьовує, бо є політичні діячі які готові до комунікації з громадянами, а є ті які ігнорують, або на повідомлення відповідають не персонально, а за допомогою помічників. Отже бачимо, що в соціальних мережах прослідковується взаємовплив серед політичних діячів та громадськості.

Щодо особливості політичної комунікації в соціальних мережах, то присутність політичних акторів у соціальних мережах сприяє просуванню політичної діяльності як окремого діяча, так і політичної партій та їх ідеології. Але для того щоб зацікавити користувачів соціальних мереж, потенційний електорат або прихильників необхідно мати певну інформаційну стратегію, яка буде поєднувати одночасно і унікальність політичного діяча, а також і схожість інтересів його цільової аудиторії. Для того щоб політичний актор завжди був у полі зору своїх виборців необхідно постійно оновлювати інформацію, надавати різного роду контент, починаючи від політичних справ, завершуючи демонстрацією того, які цінності є близькими для політичного діяча (сім’я, культура, мандрівки тощо). Комплекс таких кроків здатні сформувати довіру до політичного діяча. Соціальні мережі здатні сформувати для політичних діячів такі умови, за яких їх політична впізнаваність та підтримка може збільшуватися [10]. Яскравим прикладом є застосування соціальних мереж під час президентської кампанії в Україні в 2019 році. Бо саме активність нинішнього Президента України В. Зеленського в соціальних мережах сприяла як активізації молоді, так і загалом формуванню образа соціально наближеного кандидата.

Необхідно розуміти, що соціальні мережі в сучасних умовах, варто сприймати як форму пошуку та фільтрації контенту.

 Соціальні мережі – це форма масової та публічної комунікації, особливість якої це – інтерактивність. Підтверджуючим прикладом того що соціальні мережі є перспективним та ефективним інструментом є той факт, що вони інтегрувалися до загальної системи політичних комунікацій. Соціальні мережі є активною складовою всіх етапів і сторін політичних комунікацій, це стосується як виборчих кампаній, так і питань пов’язаних з керуванням державою, та мобілізацією політичної активності громадян.

Розглянемо більш детально, які особливості мають соціальні мережі щодо впливу на політичну комунікацію.

Роль соціальних мереж в українських реаліях стала найбільш актуальною останні 10 років. І особливо яскраво вплив соціальних мереж було прослідковано як інструмент організації політичних протестних акцій. Розгортання постмодерної революції сумісно з формуванням інформаційного суспільства, зумовили поширення такого явища як постмодерна революція. Основною особливістю даних революцій був їх ненасильницький характер, під час політичної мобілізації суспільства. Не менш важливим є фактор медійності даних революцій. Бо саме збільшення ролі соціальних мереж в житті людини, і утворення мережевого суспільства сприяли утворенню такої політичної комунікації, що сприяла розгортанню сучасних революційних рухів, метою котрих був захист громадянських прав і свобод. Щодо України, то дана особливість впливу соціальної мережі на масову політичну комунікацію мала яскравий прояв коли 21 листопада 2013 року у фейсбуці М. Найєм закликав вийти на протест проти режиму Януковича. Як результат по всій країні розпочалися протестні акції. Тогочасна влада в певній мірі розуміла роль інформації, і після побиття мирних протестувальників, заглушила зв’язок на майдані Незалежності. Але цього виявилося недостатньо, ця новина все одно потрапила до соціальних мереж, що в результаті сприяла до ще більшого розгортання протестної діяльності [38].

Максимальна ефективність соціальних мереж в контексті ефективної політичної мобілізації суспільства є найбільш ефективною під час кризових та резонансних подій. Власне формування розуміння того, що відбувається, організоване завдяки соціальним мережам, а також емоційний стан людей, призводить до того, що політична комунікація в соціальних мережах набуває ознак координаційної діяльності, щодо вирішення тих проблем, які призвели до політичного загострення [33].

 Вплив соціальних мереж на політичну комунікацію зумовив функціонування механізму впливу на порядок денний. Мається на увазі підвищення рівня соціальної та політичної активності за допомогою соціальних мереж. Особливістю соціальних мереж, та тих ЗМІ які на даній платформі функціонують, полягає в тому, що вони конвертують порядок денний в онлайн простір. Дані ЗМІ надають інформацію в режимі реального часу. Стрімкий характер ЗМІ демонструє панівне становище над офіційними ЗМІ. В результаті чого громадяни стають учасниками створення новин, та діляться враженнями щодо тих чи інших подробиць. На відміну від традиційних засобів комунікації, в соціальних мережах присутня свобода. Даний формат ведення політичної комунікації є особливо вигідним для політичних діячів для досягнення своїх політичних цілей. Так одіозні політики можуть висвітлювати ті чи інші політичні події в режимі реального часу, та надавати свої власні коментарі відповідно до ситуації. Готовність політиків до інтерактивної мережевої комунікації, в певній мірі формує політичну позицію щодо політичних подій. Окрім такого формату, політики також можуть в режимі реального часу і слідкувати за іншими новинами та коментувати їх з персональної точки зору, надаючи власну оцінку. Це також демонструє готовність політика до постійного контакту із соціумом у віртуальному просторі [11].

Як бачимо, в сучасних умовах впливу соціальних мереж на політичну комунікацію, оф-лайн простір в цих умовах паралельно транслюється в онлайн просторі. Це забезпечує безперервну комунікацію між політичними акторами та суспільством.

Соціальні мережі також впливають на формування громадянського суспільства. Як наслідок формується багаторівнева мережа громадянських зв’язків. Соціальні мережі дозволяють сформувати новий вид суспільних відносин, в якому активно розкривається соціально-політичний потенціал громадськості. Таким чином саме в соціальних мережах організовується простір для громадської активності, шляхом створення ефективного політичного діалогу, що в свою чергу сприяє політичні активності. Дана колаборація демонструє появу нових суб’єктів громадянського суспільства – мережеві співтовариства та блоги. Саме вони вносять в сучасну політичну комунікацію новий зміст та сенс [11].

За допомогою інтернету та соціальних мереж в політичному просторі з’явилися також і «кіберпартії». Ключовою особливістю даних партій є відмова від формального членства і перехід на прямі зв’язки з виборцями у віртуальному просторі [11].

Окрім збільшення ефективності політичної комунікації за допомогою соціальних мереж, паралельно збільшилися і можливості політичного маніпулювання. Як зазначають Ю. Бойко та Л. Ковальська в сучасному комунікаційному просторі, в тому числі в інтернеті та соціальних мережах виокремлюється низка механізмів та методів маніпулювання [5].

Досліджуючи «спіраль мовчання» німецької дослідниці Е. Ноель-Нойман, в соціальних мережах відбувається ситуація, де автори повідомлень висловлюють інтереси меншості. За таких обставин інтернет користувачі не мають бажання залишатися осторонь, та починають підтримувати думку, яка спочатку була для них не прийнятною. Яскравим прикладом даної «спіралі мовчання» є ситуація, коли користувач приховує свої погляди, коли їх не підтримує більшість. Тому соціальні мережі можуть слугувати своєрідним «шостим чуттям» для користувача. Але враховуючи особливість сучасних соціальних мереж, користувач може отримати помилкове враження, бо зазвичай висвітлюються та інформація, яка є вигідною [5].

На думку Г. Почепцова одним із видів впливу на громадську думку за допомоги інтернет комунікації є мікротаргетинг. Його особливість полягає у персоналізованих повідомленнях, що публікуються на рівні окремої людини. Виокремлюють такі моделі ведення інформаційних війн на основі соціальних мереж: 1)мережеві атаки; 2) використання користувачів-волонтерів; 3) тотальне блокування [30].

Мережеві атаки передбачають створення певної «завіси» у вигляді оманливих повідомлень які провокують конфліктні ситуації серед користувачів соціальних мереж [5].

 Щодо моделі яка передбачає використання користувачів-волонтерів, то її особливість полягає у ведені дискусій та обговорень, створенні прихильних коментарів чи критиці лише під певним кутом [5] .

 Під тотальним блокуванням варто розуміти процес блокування тих користувачів дії яких заважають іншим користувачам, принижують чи ображають їх погляди [5].

Всі ці моделі активно застосовуються під час здійснення політичної комунікації в соціальних мережах. Бо кожен користувач, якщо особисто не зустрічався з цим, напевно чув від інших про реалізацію даних моделей інформаційного маніпулятивного впливу в політичній комунікації саме в соціальних мережах [5].

На основі розглянутого можемо зазначити, що соціальні мережі на сьогодні відіграють провідну роль у формуванні політичної комунікації. Це обумовлено тим фактом, що соціальні мережі мають масовий та повсюдний характер, та дозволяють публікувати інформацію в режимі реального часу. Саме ці та інші фактори обумовлюють вагомий інтерес до реалізації політичної комунікації за допомогою соціальних мереж як з боку політичних акторів, так і з боку громадськості.

**2.3. Особливості сучасної політичної комунікації в Україні**

Для того щоб дослідити вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні, необхідно також розглянути особливості сучасної політичної комунікації в Україні.

Останні 10-15 років продемонстрували значні зміни в особливостях політичної комунікації. Дані зміни обумовлені зростанням попиту на інтернет послуги, та відповідно переформатування комунікації в онлайн просторі.

На сьогодні, трансформаційні зміни політичної комунікації є актуальними, як для науковців, так і представників політичної, журналістської, соціальної сфер. Зростання ролі інформації в житті людини в результаті та останні ключові події в українській політиці призвели до зростання рівня політизованості населення. Але окрім цього фіксується також і той факт, що інформаційна сфера стає могутнім інструментом політичної дії, а українська влада здебільшого перетворюється на медіа-владу [8].

Активна інформаційна війна як складник анексії Криму, війна на Донбасі, Президентські та Парламентські вибори 2019 року, повномасштабне вторгнення в 2022 році є основними складниками політичної комунікації в Україні за останні роки.

Але окрім подій, які так чи інакше вплинули на формування політичної комунікації, відмічають і інші факти трансформації політичної комунікації в Україні. Як відмічає Н. Стеблина, експерт-аналітик з моніторингу друкованих та онлайн видань проекту ІДПО «Медійна програма в Україні», то ЗМІ в Україні переживають важкі часи через брак професійних кадрів та відтік рекламодавців. Як результат ЗМІ із учасників політичної комунікації стають спостерігачами. В таких умовах ЗМІ вимушено приймають правила мережі, а саме змагаються за привабливість інформаційного продукту та кількість переглядів. За таких умов ЗМІ стоять на роздоріжжі, з одного боку, щоб залишитися в інформаційному просторі необхідно відповідати трендам, а з іншого, суспільного боку, існує запит на якість інформації. Такі обставини, роблять ЗМІ заручниками для політиків, які здебільшого характеризуються як популісти. Мається на увазі, що такого роду політики дискредитують професійну журналістику, закликаючи своїх послідовників спілкуватися «напряму», без посередників. Тому інтенсивність політичної комунікації зменшується, бо в нагоді стають не професійні медіа, а саме соціальні мережі, які за своїм функціоналом і здатні більше популяризувати політика, в незалежності від якості контенту [37].

Не менш важливі зміни в особливості політичної комунікації в Україні внесла і пандемія COVID-19. Впровадження карантину знизило інтенсивність та збалансованість політичної комунікації. Це можна пояснити тим, що відповідь на комунікаційну кризу української влади була слабкою [37].

Також з початку 2014 року для політичної комунікації в Україні характерним є зниження інтенсивності політичної взаємодії між ЗМІ та політичними діячами. Це обумовлено тим, що початок війни на Донбасі зумовив не лише дискусії серед політиків, а й інфоприводи щодо подій на фронті. 2019 рік із двома турами президентських виборів та позачерговими парламентськими, продемонстрував, що політична взаємодія збільшилась. Але з початком каденції нових представників влади та пандемії рівень взаємодії знову зменшився [37].

Останні п’ять років також характеризуються збільшенням унікальності учасників політичної комунікації, а також зменшенням емоційність української політичної комунікації, це обумовлено тим, що політичні актори не мають змоги сформувати політичні меседжі, керуючись медійною логікою [37].

На думку вчених сучасний комунікаційний простір знаходиться в перехідному стані, бо медіапростір усе ще в тій чи іншій мірі знаходиться під впливом зацікавлених груп (олігархів), які мають свої латентні інтереси стосовно реалізації політичної комунікації. Президентські та парламентські вибори 2019 року ще раз підтвердили тезу, що «хто керує телебаченням, той керує суспільством» [9].

 Розглянемо, як протягом останніх років змінювався рівень довіри до ЗМІ. Так наприклад в 2017 році українським ЗМІ довіряло 26,1 % українців, не довіряло 43,3 % [36]. В 2022 році рівень довіри до українських ЗМІ дорівнював 57% [18 ]. Восени 2023 року за результатами опитування КМІС, загалом українським ЗМІ довіряли 49% респондентів, не довіряли – 43%[17].

Як бачимо, до початку повномасштабного вторгнення рівень довіри до ЗМІ був менше на 30%, в 2022 року в умовах, так би мовити «інформаційної залежності», рівень довіри значно зріс. Але на сьогодні знов фіксується зменшення рівня довіри. Це може свідчити і про те, що суспільство вже адаптувалося до умов війни, а також в умовах довготривалої війни, та періодичних політичних баталій на темі війни, рівень довіри знов почав зменшуватися.

Початок повномасштабної війни вніс певні корективи у формування політичної комунікації. В першу чергу, це стосується зміни політичної комунікації з боку Президента України В. Зеленського, Офісу Президента та обласних військових адміністрацій. Президент з першого дня вторгнення став голосом українського супротиву. Щоденні звіти щодо перебігу війни, постійне висвітлення ключових зустрічей з іноземними представниками в певній мірі продемонстрували як внутрішній, так і зовнішній аудиторії політичну готовність до боротьби. Чіткі пріоритети та цілі Президента в певній мірі згуртували навколо ідеї можливості перемогти в цій війні.

Окрім дій Президента, якісно новий рівень комунікації продемонстрували і голови обласний військових адміністрацій. Якщо раніше даних посадовців сприймали як проміжну ланку, то з початком війни саме звіти голів військових обласних адміністрацій сприймаються як офіційне джерело. Так, наприклад, голова Миколаївської ОВА В. Кім, за період початку повномасштабного вторгнення збільшив свою аудиторію в соціальних мережах в декілька разів, що дозволило йому стати відомим далеко за межами Миколаївської області. Саме відкритість та своєчасне подання інформації дозволило продемонструвати новий тип політичної комунікації в умовах війни [12].

Також певні представники Офісу Президента в кризовий момент змогли стати лідерами думок, обґрунтовуючи власні думки щодо перебігу війни. Так, наприклад, М. Подоляк у своїх меседжах продемонстрував як українцям так усьому світу про упевненість та непохитність перед ворогом[12].

Вагомий внесок у формування політичної комунікації в умовах війни внесло також і військове керівництво, а також СБУ, МВС, Нацгвардія та інші. Інформування щодо втрат ворога, перебіг військових справ, щодо ліквідацію ворожого ДРГ, розсекречення адептів «русского мира» і т.п. сприяло чіткому розумінню того що в країні відбувається , та з якою навалою бориться Україна [12 ].

Також ключові владні органи, Верховна Рада та Кабінет Міністрів, опосередковано але допомагають тримати політичну комунікацію України в тонусі. Також свідомий підхід значної частини українців, які навчали один одного свідомій інформаційній політиці теж зробили вагомий внесок у формування політичної комунікації [12].

Як бачимо, через низку послідовних викликів політична комунікація зазнала певних змін. Це в першу чергу обумовлено тим, що сучасна українська політична комунікація веде боротьбу з інформаційною війною ворога. А лише повна та послідовна інформація та критичне осмислення того чим та як атакує інформаційно ворог може сприяти активній протидії дезінформації.

Окрім цього бачимо, що якість та особливість політичної комунікації напряму залежить від (без)діяльності ключових персон країн, а саме Президента країна, Прем’єр-міністра та ін. Готовність до зустрічі із журналістами, підтримка контакту із суспільство та взагалі формування повістки дня впливають на якість політичної комунікації.

Загалом можемо зазначити, що комунікація загалом, та політична комунікація зокрема, відіграє ключову роль у суспільстві. В першу чергу, це обумовлено загальносвітовою тенденцією формування глобального інформаційного суспільства. Саме поширення ролі інтернету в інформаційному середовище відіграло в цьому провідну роль. Поява та розвиток соціальних мереж взагалі стала основним інструментом у формування політичної комунікації. Бо саме соціальні мережі надають можливість швидкої та зворотної комунікації, що імпонує як політичним діячам, так і суспільству.

**РОЗДІЛ 3**

 **ПЕРЕСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТУ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОЛІТИЧНУ КОМУНІКАЦІЮ В УКРАЇНІ**

**3.1. Особливості впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні**

З кожним роком в Україні зростає відсоток тих, хто надає перевагу інтернету як інструменту комунікації зростає. Так на початку 2024 року цей показник складає 80%. За останній рік відсоток користувачів збільшився, так з 72% до 80% зросла частка регулярних користувачів інтернету [42]. Всі ці користувачі в тій чи іншій мірі стають учасниками політичної комунікації, а тому можуть стати як і активними учасниками політичної повістки дня в соціальних мережах, так і жертвою політичної маніпуляції. Статус учасника політичної комунікації в інтернет просторі залежить від рівня обізнаності щодо сприйняття та критичного осмислення отриманої політичної інформації. Активізація політичного життя в країні також впливає на рівень політичної комунікації. Зростання ролі інтернету та соціальних мереж серед українського населення та активізація політичного середовища як результат здатне сформувати суспільство, яке в тій чи іншій мірі залежить від політичної комунікації в інтернет просторі.

Інтернет та соціальні мережі зробили революцію у формуванні політичної комунікації. Тому за доречне було б розглянути наскільки впливовими є соціальні мережі саме на політичну участь українців. Так у червні 2023 року представниками Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича, було проведено дослідження впливу соціальних мереж на політичну участь населення України в умовах воєнного стану. Отже, на питання «Яким саме каналам (блогерам, групам) найбільше довіряють респонденти?», були отримані наступні відповіді: 1) офіційні джерела, такі як «Офіс президента» та «Президент України» – 36 %; 2) С. Стерненко – 6,8 %; 3) С. Притула – 4,5 %; 4) Телеграм-каналам «Лачен пише» довіряють – 6,1 %, 5) «Николаевский Ванёк» – 2,2 % та ін. [54].

Дослідники також зазначили, що в умовах воєнного стану оперативна інформація швидко поширюється. Було зазначено, що значна частина опитаних людей не завжди перевіряють правдивість інформації перед тим, як надіслати її, а 22,6 % опитаних взагалі не поширюють інформацію у соціальних мережах. 29,3 % опитаних завжди перевіряють інформацію, і тільки 9,3 % зазначили, що роблять це рідко. Для 98% респондентів це отримання новин та інформації .І для 97% це відпочинок та розваги. А для 87% соціальні мережі це політична діяльність/обговорення. Що в свою чергу свідчить, що соціальні мережі відіграють провідну роль у політичних обговореннях та сприяють активності громадян щодо політичних питань [54].

Відповідаючи на питання «Чи рекомендуєте Ви іншим людям користуватися соціальними мережами як джерелом інформації?», то 61,6% рекомендують і тим самим демонструють той факт, що вони довіряють інтернет джерелам. Щодо питання чи сприяють соціальні мережі підвищенню політичної свідомості, то значна частина погодилися з цим («Трохи сприяють» – 50,7 %; «Значно сприяють» – 33,6 %). Також 46,6% зазначають, що соціальні мережі впливають на політичну участь [54].

На основі розглянутих результатів дослідження можемо зазначити, що соціальні мереж відіграють провідну роль у політичній комунікації. Саме соціальні мережі, з усім його різноманіттям є одним із основних джерел отримання політичної інформації. В умовах війни, як бачимо, значна частина все ж таки намагається перевіряти на достовірність отриману інформацію.

Яскравим прикладом залучення значної частини населення до політичного інтернет простору стала саме Президентська кампанія в Україні 2019 року. Дана передвиборча кампанія продемонструвала сучасні методи інформаційного впливу на електорат завдяки соціальним мережам. Саме завдяки Facebook, Instagram і Telegram було створено образ наближеного до народу хлопця, який мріє, як і всі українці, про світле майбутнє України без війни та корупції. Даний образ було також створено і завдяки телесеріалу «Слуга народу», де нинішній Президент України В. Зеленський виконував роль людини яка будучи вчителем історії несподівано для себе стала Президентом країни. Даний серіал транслювався українським телебаченням у міжвиборчий період. Поєднання впливу за допомогою кіномистецтва, а також вдало підібраний образ кандидата в Президента, та формування цільової аудиторії за допомогою соціальних мереж, саме і дозволило досягти того відсотка підтримки на Президентських виборах в 2019 році [21].

Як бачимо, соціальні мережі стають середовищем для розвитку політичних технологій, які намагаються максимально спростити політичну комунікацію наблизивши її до рівня середньостатистичного користувача. Як результат, в Україні за цей час сформувалася нова форма політичної активності за допомоги інтернет комунікації.

В науковій сфері можна виокремити ознаки політичної активності, а саме: 1) доступ до інтернету; 2) вік користувачів; 3) рівень медіаграмотності та медіакомпетентності. На думку Т. Кремень «для молоді політична активність у соціальних мережах стає вже нормою» [23]. Власне цей фактор і став провідним у Президентській кампанії, бо саме завдяки політичній комунікації в інтернеті та соціальних мереж, виборами в Україні зацікавилася молодь, для якої зазвичай характерним є аполітичність та абсентеїзм. Отже, вважаємо, що вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію проявляється в тому, що молоді люди стали більш залученими до політичних процесів країни.

Поширення впливу інтернет можливостей на політичну комунікацію в Україні продемонстрував можливість впливати на політичну діяльність або створювати умови для прийняття тих чи інших політичних рішень. Результатом чого стало формування такої форми активності як електронні петиції. Під електронною петицією варто розуміти форму «індивідуального чи колективного звернення, вимог, скарг, клопотань, пропозицій тощо, які розміщуються у медіа-просторі для підтримки чи збір підписів онлайн-користувачами Інтернет-мережі» [25]. Електронні петиції є інструментом політичної комунікації які демонструють залученість суспільства до політичних процесів. Ця форма політичної комунікації дозволяє впливати на порядок денний публічної політики. Для політичних діячів така форма політичної комунікації сприяє визначенню провідних тем серед суспільства, та дозволяє також ознайомитися з варіантами вирішення проблем з боку суспільства [48]. Дана форма політичної комунікації демонструє рівень демократичності країни. На сьогодні в Україні електронними петиціями як інструментом політичної комунікації користуються: Президент України, ВРУ, КМУ, обласні та місцеві органи влади.

Про вплив соціальних мереж на мобілізацію суспільства було зазначено вище. Одним із таких актів впливу соціальної мережі на політику є так звана «твіттерна революція». Однією із таких є саме Революція Гідності в Україні. Саме вона продемонструвала українцям можливості впливу соціальних мереж на політичну комунікацію, яка характеризується таким функціоналом як: мобілізаційна, організаційна та координуюча [21].

Щодо мобілізаційного характеру участі українців завдяки інтернету та соціальним мережам, то виокремлюють декілька форм: 1) ініціювання та підтримка соціально-громадських заходів, ініційованих онлайн; 2) підтримка або ініціювання електронних петицій, звернень до органів державної влади/ ОМС; 3) пошук однодумців та контакт з владними і громадськими структурами» 4) суспільний контроль за діяльністю державних установ, чиновників та посадовців. Як бачимо інтернет та соціальні мережі мають широкий спектр мобілізаційного потенціалу суспільства в різних формах його прояву [21].

Стосовно організаційного та координаційного функціоналу, то саме соціальні мережі стали майданчиком для створення та взаємодії громадських організація, так наприклад було утворено: «Євромайдан», «Єврореволюція», «Громадський сектор Євромайдану», «Автомайдан», «Майдан закордонних справ», волонтерські організації та інші [51]. Коли почалася війна на Сході саме соціальні мережі координували діяльність волонтерського руху.

Не зважаючи на той факт, що соціальні мережі за своїм загальним функціоналом схожі, в українських реаліях кожна соціальна мережа має свій контингент. Так, на прикладі тих же виборів 2019 року, експерти зазначили, що в Instagram монохромна аудиторія у своїх політичних уподобаннях. А от у Facebook полярна аудиторія у своїх політичних уподобаннях, яка була поділена на тих, хто підтримує або П. Порошенка, або В. Зеленського, та характеризувалася дуже великою конфліктністю та емоційністю [55].

Щодо особливостей негативного впливу інтернету та соціальних мереж на якість політичної комунікації та загалом суспільства, його політичної культури. Мережеве середовище сприяло формування такого типу політичної участі як слактивізм. Під слактивізмом варто розуміти інтернет активність яка має оманливий характер щодо включеності до політичної участі [47]. Тотожнім слактивізму виокремлюють також кліктивізм. Під кликтивізмом варто розуміти поведінку користувача в соціальних мережах для якої характерне інтернету та соціальних медіа та для просування соціальних причин. Загроза кліктивізму полягає втому, що насправді не має справжньої зацікавленості щодо політичного процесу, тим самим створюється ілюзія причетності без залучення чи прихильності [24].

Вважаємо, що сучасна політична комунікація в Україні на основі соціальних мереж та інтернету сповнена слактивізмом та кліктивізмом. Люди, які нібито себе вважать добре обізнаними в політичних процесах за допомогою інтернет простору, в реальному житті необізнані навіть щодо особливостей функціонування владної системи в Україні (напр. розуміння того, що Кабмін – це виконавча влада, а ВРУ – законодавча). Така оманливість розуміння політичних процесів, яка стала можливою через заангажованість політичної комунікації в інтернеті та соціальних мережах вказує, що значна кількість цієї інформації не свідчіть про її якість. І тому значна частина громадськості має лише умовний характер учасників політичної комунікації. Ті персони, для яких характерним є слактивізм та кліктивізм, частіше за все можуть стати жертвою політичної маніпуляції та пропаганди.

 Дана суспільна вразливість є особливо небезпечною в умовах інформаційної війни, яка є складником великої російсько-української війни. Так саме соціальні мережі дуже часто стають основним середовищем для реалізації інформаційних атак. Так країна агресор використовує соціальні мережі, які не модерують контент (Telegram) або толерантно ставляться до Росії (TikTok). Саме намагання дестабілізувати політичну ситуацію в країні або просування власних наративів щодо війни, за допомоги соціальних мереж, мають на меті руйнування єдності в українському суспільств, підрив довіри до влади та ЗСУ, та посіяти паніку та зневіру [46].

Але влада та представники громадянського суспільства активно намагаються інформаційно протидіяти, і було створено антипропагандистські канали в соціальних мережах на кшталт «Інформаційне військо», де було зроблено ставку на лідерів думок. Основним завданням було сформувати таку політичну комунікацію, де лідерами думок є не лише заангажовані політичні діячі, а й відомі блогери, бізнесмени, громадські діячі тощо. Постійні намагання росії зреалізувати конфлікт між владою та суспільством, було прийнято рішення щодо прийняття нормативно-правових актів, які регулюють інформаційний простір в Україні, в тому числі і політичну комунікацію в інтернеті та соціальних мережах. Мається на увазі Закон України «Про національну безпеку України» від 21.06.2015 р [31], Указ Президента України у травні 2017 року щодо власників російських компаній соціальних мереж «Вконтакте» та «Однокласники», пошуковика «Яндекс» і поштового сервісу Mail.ru , та ін. [32].

 В сучасних умовах інтернет та соціальні мережі відіграють провідну роль у формуванні політичної комунікації в Україні. Не зважаючи на низку переваг щодо оперативності надання інформації та об’єднання суспільства навколо актуальних політичних тем, соціальні мережі також мають і негативний вплив. Саме соціальні мережі формують уявний характер обізнаності в політичних процесах серед українців, а також стають зброєю для політичної пропаганди та маніпуляції. Тому для того щоб політична комунікація в інтернет просторі та соціальних мережах мала більш ефективний характер необхідно більш свідомо підходити до її сприйняття [7].

**3.2. Рекомендації щодо підвищення ефективності політичної комунікації в Україні в умовах зростаючого впливу інтернету та ролі соціальних мереж**

Враховуючі усі вище розглянуті особливості впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію, виникає потреба у наданні рекомендацій щодо вдосконалення та підвищення ефективності політичної комунікації в Україні в умовах зростаючого впливу інтернету та ролі соціальних мереж.

Загалом надані рекомендації матимуть різновекторний характер оптимізації а саме: законодавчі рекомендації, освітньо-просвітницькі, політичні.

1. Політична обдуманість та аргументованість. Під даною рекомендацією мається на увазі, що тим політичним акторам, які за останні декілька років звикли вести політичний блок на власних каналах в соціальних мережах, перед публікуванням інформації необхідно обдумати наскільки необхідною для суспільства є та чи інша інформація, наскільки ця інформація відповідає дійсності, та чи є дана інформація аргументованою та виваженою, а не побудовано чисто на емоційній складовій. Звісно, перед політичним акторами стоїть завдання власний піар та формування порядку денного навколо його персони. Але вважаємо, що в сучасних умовах в яких перебуває українське суспільство, будь-які інформаційні приводи які подаються ніби як першоджерело, а по факту це просто суб’єктивна думка, яка в черговий раз обурює суспільство.

2. Узгоджений характер подання інформації з боку офіційних сторін та ЗМІ. В умовах повномасштабного вторгнення будь-яка новина, що прямо чи опосередковано стосується перебігу війни є головною. І дуже часто, коли декілька джерел, які позиціонують себе ніби як офіційно, та суспільство з довірою сприймає надану ними інформацію, але в результаті ця інформація різниться та суперечить одне одному. Наприклад Г. Маляр надавала інформацію, що ніби звільнено деякі населенні пункти в Донецькій області, а офіційний канал штурмової бригади паралельно зазначає, що лише ведуться бої за ці населені пункти. Дана неузгодженість формує привід до зменшення довіри до офіційних каналів, як результат сподівання не відповідають реальності, що формує зневіру серед населення. Тому, вважаємо, що тим джерелам які вважають себе авторитетними та мають значну аудиторію необхідно узгоджувати інформацію з іншими джерелами, які скоріш за все більш ознайомлені з перебігом ситуації [4]. Дана проблема стосується і представників влади різних рівнів. Для цього окрім узгодження інформації необхідним є також налагодження взаємної політичної комунікації між рівнями влади. Тому існує запит на формування міжвідомчого діалогу, де координаційну роль могло б виконувати Міністерство культури та медіа.

3. Наведення порядку у політичному комунікаційному інтернет просторі на основі формування певних правил. Через те що сучасні ЗМІ та медіа скоріш конкуренти один одному, а не колеги, відсутні єдині правила та принципи формування політичної комунікації і інтернет просторі та соціальних мережах. Основною причино є відсутність економічної самостійності серед цих медіа. Тому для цього необхідно сформувати такі умови, за яких вони мали б більше самостійності. Це можливо за умови, наприклад, зробивши рекламний ринок більш вільним. Мається на увазі дозвіл на рекламування легальних речей. Таким чином, існує можливість зменшення залежності від виживання за рахунок «джинси». Окрім цього провідні інформаційні інститути сумісно з профільним міністерством мають розробити певні правила надання політичної інформації в соціальних мережах та інформаційному просторі. Вони повинні сприяти розвитку професійної журналістики і одночасно формувати злагоджену політичну комунікацію відповідно до умов масового споживання в інтернет просторі [4].

4. Політична відкритість. Мається на увазі, що політичний актор будь-якого рівня, для того щоб він сприймався як сучасний та прогресивний політичний діяч повинен періодично давати інтерв’ю незалежним ЗМІ. Так, ведення власних сторінок в соціальних мережах ніби як і формують образ прогресивного політичного діяча, але вважаємо, це має суб’єктивний характер. Для формування більш об’єктивного інформаційного середовища, та комплексної політичної комунікації необхідними є більш різноманітні форми комунікації.

5. Врегулювання соціальних мереж під час виборчої агітації. Останні виборчі кампанії продемонстрували вагомий вплив соціальних мереж на суспільство. Тому в Україні є запит на розробку стратегії щодо регулювання соціальних мереж в рамках виборчого процесу. Одним із перших завдань є визнання соціальних мереж на законодавчому рівні як медіа-платформ, що своєю чергою сприятиме поширенню підконтрольності їх дії Виборчому кодексу та встановленню правил модерації рекламних дописів для соціальних мереж. В межах законодавчої ініціативи необхідно врегулювання використання особистих даних українських користувачів соціальних мереж та реалізацію заходів щодо прозорості фінансування політичної агітації. Не менш необхідним є також визначення тематичних напрямків дезінформаційних повідомлень, а у разі поширення дезінформаційних повідомлень впровадити кримінальну відповідальність.

6. Формування суспільства здатного правильно споживати політичну інформацію та бути вагомою частиною політичної комунікації. В умовах масового споживання інтернету та соціальних мереж суспільство вже сприймається не лише як споживач політичної комунікації, а й саме може впливати на формування політичної комунікації. Для того щоб ця комунікація була ефективною та доречною, бажано щоб громадськість усвідомлено формувала політичний порядок денний на основі критичного мислення та відповідальності за те та як вони транслюють. Саме адекватність та усвідомленість з боку суспільства також сприятимуть покращенню політичної комунікації в інтернет просторі.

7. Соціальні мережі як ефективний інструмент протистояння в інформаційній війні. Для цього необхідно створювати такі інформаційні канали (групи, пабліки) інформація на котрих буде верифікованою, правдивою та якісною. Однією із основних засад їх діяльності повинно бути те, що у відповідь на російське ІПСО/агресію/дезінформацію і т.п вони не мають працювати за правилом бумеранга., не відповідати агресією на агресію. Канали повинні шукати нові механізми впливу на противника, наприклад із застосуванням інтелектуально-гумористичного забарвленням. Бо гумор здатен як і привернути увагу, так і продемонструвати неправдивий відтінок, який хоче нав’язати рф. А за допомоги інтелектуального підходу є можливість абсурдність того, що хоче нав’язати агресор.

8. Виокремлення інформації яка потенційно може бути кимось проплаченою на чиюсь користь. Так як інформаційний простір політичної комунікації в інтернет середовищі та соціальних мережах характеризується різноманітністю дуже важливим є об’єктивне сприйняття будь-якої інформації з метою уникнення дезінформації та пропаганди.

9. Дипломатичне регулювання. На сьогодні інформаційний простір Telegram через відсутність стандартів для модерування зазнає систематичних атак через інформаційну загрозу для українського суспільства. Тому є запит на те щоб Україна сприяла налагодженню діалогу з компанією Telegram, з метою заклику до оптимізації інформаційної політики соціальної мережі.

**ВИСНОВКИ**

На сьогодні дослідження особливостей впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію є особливо актуальною темою. Загалом дослідженням впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію займаються представники різних наукових сфер: політологи, соціологи, філологи, психологи та ін. Розглядаючи ступінь дослідженості даної теми можемо зазначити, що науковці доходять до висновку, що вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію якісно трансформував дану сферу, політична комунікація набула ознак доступності та якості, та стала ефективним інструментом взаємодії між політичними акторами та суспільством. Враховуючи мобільний вплив інтернет простору на якість політичної комунікації вважаємо, що дослідження в даній сфері повинні набувати більш поширеного та комплексного характеру.

Розглядаючи ключові поняття даного дослідження, серед яких: «комунікація», «політична комунікація», «інформація», «інтернет» та «соціальні мережі», можемо зазначити, що дані поняття демонструють сутнісний взаємовплив. Та як наслідок демонструють залежний характер політичної комунікації від сучасних інформаційних технологій.

Під час написання кваліфікаційної роботи було використано комплекс наукових принципів, підходів та методів. Як результат вони допомогли розкрити сутність та особливості впливу інтернету та соціальних мереж на особливості політичної комунікації в українських реаліях. Базовими принципами стали принципи науковості та об’єктивності, підходами – функціональний та системний, а науковими методами – аналіз та синтез.

Досліджуючи сутність та особливості Інтернету було з’ясовано, що інтернет має глобальний характер та призвів до формування інформаційної цивілізації. Ключовою перевагою інтернету як засобу комунікації є відкритість та доступність, недоліком є – надлишковість та сумнівний характер інформації.

Провідним інтернет сегментом щодо впливу на політичну діяльність є соціальні мережі. Соціальні мережі формують масовий простір комунікації, в якому легко та швидко надавати інформацію. До особливостей впливу соціальних мереж на політичну комунікацію можна віднести: 1) формування кола однодумців навколо політичної теми; 2) комунікація між політичними акторами та суспільством; 3) просування політичної ідеї; 4) проведення передвиборчих кампаній; 5) мобілізація суспільства з метою зміни політичної системи; 6) формування електронного порядку денного; 7) сприяння політичної проінформованості та демократизації суспільства; 8) ведення інформаційної війни.

В Україні прослідковується вагомий вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію. В сьогоднішніх умовах, саме інтернет та соціальні мережі є провідним майданчиком для реалізації політичної комунікації в Україні. В умовах повномасштабного вторгнення рівень політичної комунікації в соціальних мережах значно покращився. Це обумовлено тим, що усі владні ланки на сьогодні є активними учасниками даної комунікації. Своєчасний та більш-менш повний характер інформації дозволив сформувати тісну взаємодію між учасниками політичної комунікації. Але окрім позитивних змін вплив інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію зумовив до поширення таких тенденція як:1) неконтрольований маніпулятивний вплив з боку політичних акторів під час виборчої кампанії; 2) неузгоджений характер надання інформації з боку офіційних джерел та ЗМІ; 3) відсутність професійного підходу до ведення соціальних мереж; 4) витіснення соціальними мережами професійної політичної журналістики; 5) залежність інтернет видань та соціальних мереж від політичних акторів та олігархів.

На основі дослідження особливостей впливу інтернету та соціальних мереж на політичну комунікацію в Україні було надано такі рекомендації: 1) політична обдуманість та аргументованість під час публікації інформації політичного характеру; 2) узгоджений характер надання політичної інформації, що як результат злагодить політичну комунікацію в Україні; 3) врегулювання соціальних мереж на законодавчому рівні; 4) наведення порядку у політичному комунікаційному інтернет просторі на основі формування певних правил; 5) формування свідомого суспільства, яке здатне дотримуватися інформаційної гігієни; 6) політична відкритість та об’єктивність з боку політичних акторів стосовно формування політичної комунікації; 7) використання соціальних мережі як інструмент протистояння в інформаційній війні; 8) виокремлення інформації яка потенційно може бути кимось проплаченою на чиюсь користь: 9) дипломатичне регулювання впливу соціальних мереж.

В ході роботи, було доведено гіпотезу, яку було висунуто на початку дослідження. На сьогодні в Україна абсолютна більшість населення користується послугами інтернету. Тому саме інтернет та соціальні мережі стають ключовим джерелом політичної комунікації в Україні. Масовий характер користування інтернетом та соціальних мереж продемонстрував вагомий вплив на формування нових особливостей політичної комунікації, тим самим розширивши її можливості.

**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Акайомова А. Політична комунікація як процес взаємодії політичних суб’єктів. *Політичний менеджмент.* 2011. № 1. С. 87-91.
2. Бегерська О.В. Особливості інтернет-комунікації. URL: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/257026.pdf (дата звернення:15.05.2024).
3. Білан Н. І. Особливості соціальних комунікацій в інтернеті*. Наукові записки Інституту журналістики.* 2010. С. 59–62.
4. Божко Я. Комунікації довгої війни: час змінюватись. URL: https://deepstateua.com/komunikatsiyi-v-dovghii-viini-chas-zminitisia/ (дата звернення:15.05.2024).
5. Бойко Ю. В., Ковальська Л. А. Соціальні мережі як зброя та інструмент впливу в умовах інформаційної війни. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету ім. В. Стуса*. 2021. № 13. С. 235-239.
6. Була С. П. Свідерська О.І. Соціальні мережі як інструмент політичної *Політикус.* 2020. № 4. С. 21–25.
7. Вінничук О. В., Руда Л.А. Пропаганда як інструмент політичної комунікації в умовах російсько-української війни. *Політичне життя.*2024. №1. С.82-87.
8. Громадська Н. А. Акетіна О.В.Сучасні особливості політичної комунікації та її прояви в інформаційному суспільстві*. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія».* Серія : Політологія. 2014. Т. 248. № 236. С. 53-58.
9. Данилюк С. С. Комунікативний процес у мережі Інтернет: структурний аспект. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія: Філологія. 2014. № 8(1). С. 77-80.
10. Данько Ю. Соціальні мережі як засіб політичної комунікації. *Evropský politický a právní diskurz.* 2015. Sv. 2, Vyd. 2. С. 204-209
11. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: політологічний вимір : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. політ. наук: спец. 23.00.02 – політичні інститути та процеси; Харк. нац. пед. ун-т імені Г. С. Сковороди ; Харків. 2015. 20 с.
12. Денисенко Д. Україна надала урок світу, як треба будувати комунікації під час війни. URL:https://lb.ua/blog/denys\_denysenko/509844\_ukraina\_nadala\_urok\_svitu\_yak\_treba.html (дата звернення: 15.05.2024).
13. Загальні підходи і принципи наукового дослідження. URL: https://studfile.net/preview/6441043/page:2/ (дата звернення: 15.05.2024). (13)
14. Інтернет. Словник веб-термінів. URL: https://rinet.rv.ua/abonentam/slovnik-veb-terminiv/ (дата звернення: 15.05.2024).
15. Інформація. Українська бібліотечна енциклопедія. URL: https://ube.nlu.org.ua/article/Інформація (дата звернення: 15.05.2024).
16. Карпа І. Б. Мова та Інтернет: функціональні характеристики та ефективність інтерактивної комунікації. *Мова і культура.* 2009. Вип. 11. Т.VII (119). С. 192-200.
17. КМІС: За рік довіра українців до українських ЗМІ впала вдвічі. URL: https://detector.media/infospace/article/220713/2023-12-18-kmis-za-rik-dovira-ukraintsiv-do-ukrainskykh-zmi-vpala-vdvichi/ (дата звернення: 15.05.2024).
18. КМІС: Українські ЗМІ у 2022-му переламали негативний баланс довіри українців. URL: https://detector.media/infospace/article/206978/2023-01-13-kmis-ukrainski-zmi-u-2022-mu-perelamaly-negatyvnyy-balans-doviry-ukraintsiv/ (дата звернення: 15.05.2024).
19. Ковтун Т.О., Похило І.Д. Інтернет як інструмент політичних технологій. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/195353361.pdf (дата звернення: 15.05.2024).
20. Ковалевська Т.А. Особливості політичної комунікації в мережі інтернет. *Регіональні студії*. 2023. № 33. С.91-95.
21. Кокарча Ю.А. Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури. дис... кандидата політ. наук (доктора філософії): 23.00.03.Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, Київ, 2020. 240 c.
22. Краснякова А. О. Інтернет-комунікація як чинник становлення політичної суб’єктності особистості. *Проблеми політичної психології.* 2015. № 2. С. 243–253.
23. Кремень Т. В. Політична мобілізація в соціально-медійному вимірі: монографія. Київ: Грамота, 2013. 256 с.
24. Михайлишина Я. Онлайн-активізм в Україні. До революції далеко, але конкретні проблеми вирішуються. URL: https://texty.org.ua/articles/44393/ Onlajnaktyvizm\_v\_Ukrajini\_Do\_revoluciji\_daleko\_ale44393/ (дата звернення 15.05.2024).
25. Вдовичин І.Я., Угрин Л.Я., ШипуновГ.В., Новітня політична лексика (неологізми, оказіоналізми та інші новотвори); за заг. ред. Н. М. Хоми. Львів: «Новий Світ - 2000», 2015. 492 с.
26. Основні методи наукового пізнання. URL: https://buklib.net/books/31444/ (дата звернення: 15.05.2024).
27. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження. *Політичний менеджмент.* 2012. № 3. С. 135-144.
28. Політологічний словник : Навч. посіб. для схуд. вищ. навч. закл. / За ред. П М. Ф. Головатого та О. В. Антонюка. Київ : МАУП, 2005. 792 с.
29. Принципи наукового дослідження. URL: https://referatss.com.ua/work/principi-naukovogo-doslidzhennja/ (дата звернення: 15.05.2024). (32)
30. Почепцов Г. Інформаційна війна як інтелектуальна війна. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ material/13303 (дата звернення: 15.05.2024).
31. Про національну безпеку України : Закон України від 04.03.2020 р. № 522-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text (дата звернення: 15.05.2024).
32. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)». Указ Президента України від 15.05.2017 р. №133/2017. URL: https://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850 (дата звернення: 15.05.2024).
33. Руденко А.Ф. Соціальні мережі як ефективний засіб громадської самоорганізації в сучасній Україні. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2018-05/Rudenko-52ea7.pdf (дата звернення: 15.05.2024).
34. Соціальна мережа. Велика Українська Енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Соціальна\_мережа (дата звернення: 15.05.2024).
35. Соціальні мережі: поняття, історія виникнення. URL: https://zounb.zp.ua/resourse/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/socialni-merezhi-piv#q1 (дата звернення: 15.05.2024).
36. Соціологи розповіли про ставлення українців до ЗМІ. URL: https://www.slovoidilo.ua/2017/09/22/novyna/suspilstvo/socziolohy-rozpovily-pro-stavlennya-ukrayincziv-zmi (дата звернення: 15.05.2024).
37. Стеблина Н. «Зробимо» журналістів разом, або політична комунікація доби Зеленського. URL: https://idpo.org.ua/analitics/3671-zrobimo-zhurnalistiv-razom-abo-politichna-komunikaciya-dobi-zelenskogo.html (дата звернення: 15.05.2024).
38. Сучасні медії й революції нового типу в Україні та світі – тема ІІІ Наукового форуму. URL: https://www.maidanmuseum.org/uk/node/1516 (дата звернення: 15.05.2024).
39. Термінологічний словник з навчальної дисципліни «Комунікації і ділова мова в управлінні». URL: https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/TERM\_NOLOH\_CHNYY\_SLOVNYK.pdf (дата звернення: 15.05.2024).
40. Тесфайє Л. А. Процесуальна модель політичної комунікації в умовах інтернет-простору. *Політикус.* 2021. № 4. С. 58-63.
41. Тихомиров Д. Наукові методологічні підходи під час дослідження державної політики у сфері безпеки. *Підприємництво, господарство і право.* 2020. № 3. С. 230-234.
42. Українці стали частіше користуватися інтернетом, 80% – онлайн щодня: соцопитування. URL: https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/ukrayintsi-staly-chastishe-korystuvatysya-internetom-80-onlayn-shchodnya-sotsopytuvannya#:~:text=—%20Кількість%20українців%2C%20які%20щоденно%20користуються,показник%20збільшився%20на%20понад%2010%25 (дата звернення: 15.05.2024).
43. Федорищак Х., Мосора Л. Місце та роль Засобів масової інформації у сфері публічної політики. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління.* 2022. №1 (61). С.86-91.
44. Філософський енциклопедичний словник. К.: Абрис, 2002. С. 291. 742 с.
45. Функціональний підхід. URL: https://studfile.net/preview/5562013/page:3/ (дата звернення: 15.05.2024).
46. Хайп демократії: Яка роль соціальних мереж у радикалізації демократичного процесу та його масовому впливі? URL: https://www.oporaua.org/polit\_ad/hayp-demokratiyi-yaka-rol-social-nih-merezh-u-radikalizaciyi-demokratichnogo-procesu-ta-yogo-masovomu-vplivi-25064 (дата звернення: 15.05.2024).
47. Хлівнюк Т. П. Вплив засобів масової інформації на політичний простір сучасної України : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. Одеса, 2008. 16 с.
48. Хуткий Д. Е-петиції в Україні: формування народного порядку денного. Аналітична записка. Київ, 2017. 8 с. URL: http://www.fulbrightcircle.org.ua/wpcontent/uploads/2017/12/Dmytro\_Khutkyy\_E-petitions.pdf (дата звернення 15.05.2024).
49. Чемеркін С. Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси: монографія. Київ: НАН України. Інститут української мови, 2009. 240 с.
50. Чередник Л.А. Інтернет-комунікація як спосіб сучасного міжособистісного спілкування. *Інформаційна освіта та професійнокомунікативні технології ХХІ століття* : зб. матеріалів Х Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 14-15 верес. 2017 р. Полтава: Сімон, 2017. С.161–167.
51. Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського.* 2015. №. 41. С. 54–68.
52. Що таке соціальні мережі? (види, класифікаця, безпека…). URL: https://futurenow.com.ua/shho-take-sotsialni-merezhi-vydy-klasyfikatsiya-bezpeka/ (дата звернення: 15.05.2024).
53. Юринець В. Є. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. 178 с.
54. Юрійчук Є. Молочко П. Опитування «Вплив соціальних мереж на політичну участь населення України в умовах воєнного стану»: комунікаційні завдання місцевих органів влади. URL: http://buk-visnyk.cv.ua/news/2656/ (дата звернення: 15.05.2024).
55. Як соціальні мережі впливають на політику в Україні: висновки дослідження. URL: https://internews.ua/opportunity/social-network-research (дата звернення: 15.05.2024).
56. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації*. Політичний менеджмент.* 2013. .№ 1-2. С. 153-163.
57. Bača М. Internet and political communication - Macedonian case. URL: https://www.researchgate.net/publication/51937106\_Internet\_and\_political\_communication\_-\_Macedonian\_case (дата звернення: 15.05.2024).
58. Lewis J. A Short Discussion of the Internet’s Effect on Politics https://www.csis.org/analysis/short-discussion-internets-effect-politics (дата звернення: 15.05.2024).