

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

УДК 321.022.316.3

СВІТЛА Валерія Валеріївна

**ПОЛІТИЧНЕ СТРУКТУРУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ
НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ**

05 Соціальні та поведінкові науки

052 Політологія

Подається на здобуття ступеня доктора філософії. Дисертація містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ В. В. Світла

Науковий керівник: **Баштанник Оксана Віталіївна**, кандидат політичних наук, доцент

Дніпро – 2023

АНОТАЦІЯ

Світла В. В. Політичне структурування громадської думки на основі сучасних засобів Інтернет-комунікації. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 052 – політологія. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, 2023.

Дисертацію присвячено виявленню специфіки політичного структурування громадської думки на основі застосування сучасних засобів Інтернет-комунікації в сучасній Україні та зарубіжних країнах.

З'ясовано теоретико-методологічні засади дослідження структурування громадської думки в сучасних суспільних науках та політологічних дослідних пріоритетах. Виявлено провідних політико-інституційних акторів структурування громадської думки та розкрито особливості впливу і причини застосування інтерактивних комунікаційних технологій. Ідентифіковано специфіку функціонування системи пропагандистської та ідеологічної індокринації в сучасних автократичних країнах. Визначено вектор еволюції структурування громадської думки в умовах політичних трансформацій. Розкрито особливості еволюції застосування Інтернет-комунікації у формуванні політико-комунікаційної системи сучасної України. Виявлено засоби протидії деструктивному впливу на структуру громадської думки сучасної України. Розвинуто оптимальну модель громадської думки національної свідомості.

Ключові слова: структурування громадської думки, політична комунікація, громадянське суспільство, політичні ризики, політичні інститути, політичні кризи, політична система, політичні трансформації, консолідована демократія, політичне Інтернет-середовище.

Метою роботи є виявити специфіку політичного структурування громадської думки на основі застосування сучасних засобів Інтернет-комунікації в сучасній Україні та зарубіжних країнах.

Об'єкт дослідження: сутність та особливості функціонування громадської думки в умовах сталої демократії та демократичних перетворень.

Предметом є особливості структурування громадської думки на основі застосування сучасних засобів Інтернет-комунікації з політичною метою та на основі політичних цінностей та ідентичностей.

Методи дослідження. У дисертації застосовано комплекс фахових політичних політологічних методів, які зумовлені станом політичного Інтернет-середовища демократичної політичної системи та станом наукової вивчення предметного поля політичної комунікації. Зокрема, компаративний метод застосований для порівняння практик політичного структурування громадської думки в зарубіжних країнах та в Україні. Неоінституційний підхід та структурно-функціональний метод застосовано для ідентифікації значення окремих політичних інститутів у формуванні структурних компонентів громадської думки. Системний метод застосований для встановлення системних характеристик політичного Інтернет-простору в контексті передавання політичної інформації. Сценарний метод застосований для перспектив оптимізації засобів та методів протидії деструктивним практикам структурування громадської думки в Україні.

Завдання роботи:

-з'ясувати теоретико-методологічні засади дослідження структурування громадської думки в сучасних суспільних науках та політологічних дослідних пріоритетах з урахуванням статичної та динамічної

політико-комунікаційних процесів Інтернет-середовища та творення громадянського суспільства в Україні;

-виявити провідних політико-інституційних акторів структурування громадської думки та розкрити особливості впливу і причини застосування інтерактивних комунікаційних технологій в умовах сталої демократії та демократичного транзиту;

-ідентифікувати специфіку функціонування системи пропагандистської та ідеологічної індокринації в сучасних автократичних країнах та встановити критичні наслідки деструктивного впливу на громадську думку практик ідеологічного навіювання та впливу на політичну поведінку;

-визначити вектор еволюції структурування громадської думки в умовах політичних трансформацій з урахуванням перехідного характеру практик інституалізації громадянської активності та критичної свідомості;

-розкрити особливості еволюції застосування Інтернет-комунікації у формуванні політико-комунікаційної системи сучасної України в контексті формування основних структурних елементів політичного структурування громадської думки;

-виявити засоби протидії деструктивному впливу на структуру громадської думки сучасної України в умовах повномасштабного вторгнення російської федерації та активності зовнішніх акторів політичної Інтернет-комунікації.

Наукова новизна полягає в тому, що в дослідженні вперше в українській політологічній традиції розкрито основи політичного структурування громадської думки на основі засобів Інтернет-комунікації в умовах функціонування демократичних інститутів та політичної трансформації.

Вперше

- надано визначення процесу політичного структурування громадської думки, яке полягає у формуванні відокремлених масивів політичних смислів та політичної ідентичності в суспільній самосвідомості на основі наслідків функціонування політичного процесу сучасної демократії;

- розкрито значення поняття інституційної спроможності демократичної громадської думки, яке полягає у формуванні відповіді на зовнішній комунікаційні виклики у вигляді раціонально-критичного обґрунтування картини світу, які відповідають на прояви специфіки конкурентної політики, політико-комунікаційної боротьби та стратегій політичної інклюзії. При цьому з'ясовано ступені інституційної спроможності громадської думки: 1) цілком самодостатня, яка відповідає рівню розвитку країн сталої демократії та формується на основі раціонально-критичної свідомості; 2) обмежено функціональна, яка відповідає рівню розвитку країн політичних трансформацій, які частково мають формальні або декларативні демократичні політичні інститути та політичні практики; 3) пригнічена або дисфункційна громадська думка, яка відповідає ситуації сучасних автократичних країн внаслідок деструктивного впливу пропаганди та політичних обмежень;

- розкрито чинники оцінки потенціалу політизації засобів Інтернет-комунікації, які полягають у 1) перетворювальній здатності впливу, можливості зміни базових структурних вимірів громадської думки; 2) трансформації порядку денного політичних інститутів та акторів на основі інформаційних кампаній в Інтернет; 3) стратегічного потенціалу конкретних Інтернет-ресурсів в межах планування політичних дій та кампаній;

Уточнено

-різновиди інституційних конфігурацій формування вибору моделі громадської думки в умовах функціонування демократичних політичних систем. Ними є: 1) прагматичні групи політичних інститутів, які формують сукупність політичних пропозицій на основі раціональних уподобань громадян раціонального вибору; 2) колективістські групи: трансформаційні політичні інститути, які намагаються експлуатувати залишкові ціннісні концепти авторитарного або тоталітарного суспільства; 3) групи патерналістського етатизму, коли автократичні політичні інститути конструюють залежну та пригнічено громадську думку на основі засобів Інтернет-пропаганди та прямого політичного примусу;

Набули подальшого розвитку

- оптимальна модель структури громадської думки національної свідомості, яка формується навколо концептів національного майбутнього, позитивного підсумку політичних трансформацій та інтеграції Української Держави до європейської цивілізації;

- ідентифікація засобів протидії деструктивним політико-комунікаційним кампаніям та акціям в умовах українсько-російської війни. До них належать: концептуальна адаптивність (яка полягає у сприятливій інтерпретації подій в Україні та військових дій в сенсі української свободи демократії та національної консолідації); акумуляція ресурсів (яка полягає в координації дій Інтернет-суб'єктів українського інформаційного простору з плануванням контенту та адаптивного реагування на деструктивні виклики); реалізації стратегії випередження подій (яка полягає у підготовці сприятливого комунікаційного тла навколо відомих або запланованих політичних подій та їх версії для української громадської думки).

Теоретичне та практичне значення отриманих результатів полягає у можливостях удосконалення підготовки фахівців-політологів на

основі нових навчальних дисциплін, таких, як структура та функції громадянського суспільства, політична комунікація, політична ризикологія, політичний Інтернет-простір. Опрацьовані підходи до аналізу структурування громадської думки можуть використовуватися для оптимізації підходів щодо протидії деструктивним політико-комунікаційним впливам на громадську думку сучасної України.

Ключові слова: структурування громадської думки, політична комунікація, громадянське суспільство, політичні ризики, політичні інститути, політичні кризи, політична система, політичні трансформації, консолідована демократія, політичне Інтернет-середовище.

SUMMARY

Svitla V. V. Political structuring of public opinion based on contemporary means of Internet communication. – On the rights of the manuscript.

Dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy in specialty 052 - political science. Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, 2023.

The dissertation is dedicated to identifying the specifics of the political structuring of public opinion based on the use of modern means of Internet communication in modern Ukraine and foreign countries.

The theoretical and methodological foundations of the study of the structuring of public opinion in modern social sciences and political science research priorities have been clarified. The leading political and institutional actors in the structuring of public opinion are identified, and the features of the influence and reasons for the use of interactive communication technologies are revealed. The specifics of the functioning of the system of propaganda and

ideological indoctrination in modern autocratic countries have been identified. The evolution vector of the structuring of public opinion in the conditions of political transformations is determined. The peculiarities of the evolution of the use of Internet communication in the formation of the political and communication system of modern Ukraine are revealed. The means of counteracting the destructive influence on the structure of public opinion in modern Ukraine have been identified. An optimal model of public opinion of national consciousness has been developed.

Keywords: structuring of public opinion, political communication, civil society, political risks, political institutions, political crises, political system, political transformations, consolidated democracy, political Internet environment.

The **purpose** of the work is to reveal the specifics of the political structuring of public opinion based on the use of modern means of Internet communication in modern Ukraine and foreign countries.

The **object** of research: the essence and peculiarities of the functioning of public opinion in the conditions of stable democracy and democratic transformations.

The **subject** is the peculiarities of public opinion structuring based on the use of modern means of Internet communication with a political purpose and on the basis of political values and identities.

Research methods. The dissertation uses a complex of professional political science methods, which are determined by the state of the political Internet environment of the democratic political system and the state of scientific study of the subject field of political communication. In particular, the comparative method is used to compare the practices of political structuring of public opinion in foreign countries and in Ukraine. The neo-institutional

approach and the structural-functional method are used to identify the importance of individual political institutions in the formation of structural components of public opinion. The system method is used to establish the system characteristics of the political Internet space in the context of the transmission of political information. The scenario method is used for the prospects of optimizing the means and methods of countering the destructive practices of structuring public opinion in Ukraine.

Research tasks:

- to find out the theoretical and methodological foundations of the study of the structuring of public opinion in modern social sciences and political science research priorities, taking into account the statics and dynamics of the political and communication processes of the Internet environment and the creation of civil society in Ukraine;

- identify the leading political and institutional actors in the structuring of public opinion and reveal the peculiarities of the influence and reasons for the use of interactive communication technologies in the conditions of sustainable democracy and democratic transit;

- identify the specifics of the functioning of the system of propaganda and ideological indoctrination in modern autocratic countries and establish the critical consequences of the destructive influence on public opinion of the practices of ideological suggestion and influence on political behavior;

- to determine the vector of evolution of the structuring of public opinion in the conditions of political transformations, taking into account the transitional nature of practices of institutionalization of civic activity and critical consciousness;

- reveal the peculiarities of the evolution of the use of Internet communication in the formation of the political and communication system of

modern Ukraine in the context of the formation of the main structural elements of the political structuring of public opinion;

- identify means of countering the destructive influence on the structure of public opinion in modern Ukraine in the conditions of a full-scale invasion of the Russian Federation and the activity of external actors of political Internet communication.

The scientific novelty lies in the fact that, for the first time in the Ukrainian political science tradition, the study reveals the foundations of political structuring of public opinion based on Internet communication tools in the conditions of the functioning of democratic institutions and political transformation.

For the first time

- a definition of the process of political structuring of public opinion is provided, which consists in the formation of separate arrays of political meanings and political identity in public self-consciousness based on the consequences of the functioning of the political process of modern democracy;

- the meaning of the concept of the institutional capacity of democratic public opinion, which consists in the formation of a response to external communication challenges in the form of a rational-critical justification of the picture of the world, which responds to the manifestations of the specificity of the competitive policy of communication struggle and the strategy of political inclusion, is revealed. At the same time the degrees of institutional capacity of public opinion are clarified: 1) completely self-sufficient, which corresponds to the level of development of stable democratic countries and is formed on the basis of rational and critical consciousness; 2) limited functionality, which corresponds to the level of development of countries undergoing political transformations, which partially have formal or declarative democratic political institutions and political practices; 3) suppressed or dysfunctional public opinion,

which corresponds to the situation of modern autocratic countries due to the destructive influence of propaganda and political restrictions;

- the factors of assessing the potential of politicization of Internet communication tools are disclosed, which consist in 1) the transformative power of influence, the possibility of changing the basic structural dimensions of public opinion; 2) transformation of the agenda of political institutions and actors on the basis of information companies on the Internet; 3) the strategic potential of specific Internet resources within the framework of planning the company's political actions there;

Clarified

- types of institutional configurations of the formation of the choice of a pattern of public opinion in the conditions of the functioning of democratic political systems. They are: 1) pragmatic groups of political institutions that form a set of political proposals based on the rational preferences of citizens of rational choice; 2) collectivist groups: transformative political institutions that try to exploit the residual value concepts of an authoritarian or totalitarian society; 3) groups of paternalistic statism, when autocratic political institutions construct dependent and oppressed public opinion based on means of Internet propaganda and direct political coercion;

Acquired further development

- the optimal model of public opinion of national consciousness, which is structured around concepts of the national future, a positive result of political transformations and integration into European civilization;

- identification of countermeasures against destructive political and communication companies and actions in the conditions of the Ukrainian-Russian war. They include: conceptual adaptability, which consists in a favorable interpretation of events in Ukraine and military operations in the sense

of Ukrainian freedom, democracy and national consolidation; accumulation of resources, which consists in coordinating the actions of Internet entities of the Ukrainian information space with content planning and adaptive response to destructive challenges; implementation of the strategy of anticipating events, which consists in preparing a favorable communication background around known or planned political events and their version for Ukrainian public opinion.

The theoretical and practical significance of the obtained results lies in the possibilities of improving the training of political scientists on the basis of new academic disciplines, such as the structure and functions of civil society, political communication, political riskology, political Internet space. The developed approaches to the analysis of the structuring of public opinion can be used to optimize approaches to counteract destructive political and communication influences on public opinion in modern Ukraine.

Keywords: structuring of public opinion, political communication, civil society, political risks, political institutions, political crises, political system, political transformations, consolidated democracy, political Internet environment.

Наукові праці, у яких викладені основні положення дисертації:

Публікації у наукових фахових виданнях України:

1. Світла В. В. Політичне структурування громадської думки: теоретичні засади дослідження. Регіональні студії. 2020. № 23. 54–57. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2020.23.10>
2. Світла В. В. Структурування громадської думки: політичні підходи та технології. Регіональні студії, 2021. № 25. 38 – 41. DOI <http://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.25.7>
3. Світла В. В. Громадська думка та політичні наслідки діджиталізації: специфіка та її вектори взаємовпливу. Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. Випуск 2(58) 2023. 92 – 98. DOI [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2\(58\).285610](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2(58).285610)
4. Світла В. В. Демократична громадськість та структурування громадської думки: питання інституційної спроможності в умовах сучасного Інтернет-середовища. Актуальні проблеми філософії та соціології. 100 – 104. DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v041.2023.17>

Додаткові праці

1. Світла В. В. Політичне структурування громадської думки в умовах російської агресії. Громадсько-політична діяльність та соціально-гуманітарні науки в умовах російської агресії. Матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Дніпро, 27 березня 2023 року). Ніжин. Вид-во НДУ, 2023. 66-68.
2. Світла В. В. Політичні наслідки діджиталізації: специфіка розвитку громадської думки. Innovations and prospects in modern science. Proceedings of the 11th International scientific and practical conference. SSPG Publish. Stockholm, Sweden. 2023. 316-317. URL: <https://sciconf.com.ua/xi-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-innovations-andprospects-in-modern-science-23-25-10-2023-stokholm-shvetsiya-arhiv/>.

3. Світла В. В. Структурування громадської думки та сучасна демократична громадськість. European scientific congress. Proceedings of the 10th International scientific and practical conference. Barca Academy Publishing. Madrid, Spain. 2023. 428-429. URL: <https://sciconf.com.ua/x-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-european-scientificcongress-29-31-10-2023-madrid-isperaniya-arhiv/>

4. Світла В. В. Політико-технологічне структурування громадської думки: підходи та дискусії. Topical aspects of modern scientific research. Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference. CPN Publishing Group. Tokyo, Japan. 2023. 470-472. URL: <https://sciconf.com.ua/ii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-topicalaspects-of-modern-scientific-research-26-28-10-2023-tokio-yaponiya-arhiv/>.

ЗМІСТ

ВСТУП	17
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРУКТУРУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В СУЧАСНОМУ ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ.	23
1.1 Міждисциплінарні дискусії щодо структури громадської думки в умовах цифрової революції.	23
1.2 Політологічна концептуалізація структури громадської думки в період цифрової трансформації політичної комунікації.	33
1.3. Методологія дослідження структури громадської думки в середовищі політичної Інтернет-конкуренції.	40
Висновки до розділу 1	51
РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИКО-ІНСТИТУЦІЙНА ОСНОВА СТРУКТУРУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ.	54
2.1. Актори політичної Інтернет-комунікації в країнах сталої демократії	54
2.2. Пропагандистська ідеологічна індоктринація громадської думки в сучасних автократіях	73
2.3. Вектор еволюції процесу структуривання громадської думки в умовах політичних трансформацій	82
Висновки до розділу 2	101
РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ЗАСОБАМИ ЦИФРОВОЇ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ	104
3.1. Еволюція засобів політичної Інтернет-комунікації в сучасній Україні.	104
3.2 Основні політико-комунікативні хаби в Україні в контексті практик політичної Інтернет-комунікації.	121

3.3. Громадська думка в Україні як об'єкт структурування зовнішніх політичних акторів і Інтернет-маніпуляції в умовах військових дій	153
3.4 Стратегії протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям, спрямованим на структурування громадської думки в Україні.	176
Висновки до розділу 3	197
ВИСНОВКИ	205
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	215

ВСТУП

Актуальність теми. Застосування сучасних Інтернет-комунікацій в політичному процесі набуває масового характеру. Вирішального значення має адресність політичних повідомлень та вплив на політичну думку. Класичні уявлення щодо стану та статусу громадської думки потребують перегляду через високу ступінь інтерактивності медіаповідомлень агресивний характер інформаційних інтервенцій швидкість та цілеспрямованість пропагандистських компаній. Сучасна Україна перебуває під ворожим інформаційним впливом та вибудовує власну стратегію опору ворожому втручання та захисту національних цінностей. Тому питання структури громадської думки вимагає посиленої уваги. Ідеться про ідентифікацію політико-інституційних компонентів інформаційної та ціннісної стійкості. Політична громадськість України – це важливий компонент самовідтворюваної та проактивної громадської думки. Виявлення механізмів демократичної консолідації на основі Інтернет-комунікацій є завданням розвитку не лише політичної науки, але й системи національної безпеки і оборони. Значення громадської думки зростає в умовах зусиль щодо євроінтеграції України. Вільна та самодостатня громадська думка, яка протистоїть зовнішнім та внутрішнім маніпуляціям, є важливою ознакою демократизації України і ціннісної відповідності в європейській цивілізації. Відповідь на питання чинників формування структури громадської думки є ключовою в контексті розвитку процесів взаємодії публічної влади та громадянського суспільства, вироблення сучасних механізмів інформаційної політики незалежної держави, формування довгострокової стратегії націєтворення тощо. Таким чином, тема дисертаційного дослідження відповідає пріоритетам розвитку сучасної

української політичної науки та розвитку політичних процесів в Україні в умовах повномасштабного вторгнення росії.

Об'єктом дослідження є сутність та особливості функціонування громадської думки в умовах сталої демократії та демократичних перетворень.

Предметом дослідження є особливості структурування громадської думки на основі застосування сучасних засобів Інтернет-комунікації з політичною метою та на основі політичних цінностей та ідентичностей.

Метою дослідження є виявити специфіку політичного структурування громадської думки на основі застосування сучасних засобів Інтернет-комунікації в сучасній Україні та зарубіжних країнах.

Завдання роботи.

-з'ясувати теоретико-методологічні засади дослідження структурування громадської думки в сучасних суспільних науках та політологічних дослідних пріоритетах з урахуванням статичності та динаміки політико-комунікаційних процесів Інтернет-середовища та творення громадянського суспільства в Україні;

-виявити провідних політико-інституційних акторів структурування громадської думки та розкрити особливості впливу і причини застосування інтерактивних комунікаційних технологій в умовах сталої демократії та демократичного транзиту;

-ідентифікувати специфіку функціонування системи пропагандистської та ідеологічної індокринації в сучасних автократичних країнах та встановити критичні наслідки деструктивного впливу на громадську думку практик ідеологічного навіювання та впливу на політичну поведінку;

-визначити вектор еволюції структурування громадської думки в умовах політичних трансформацій з урахуванням перехідного

характеру практик інституалізації громадянської активності та критичної свідомості;

-розкрити особливості еволюції застосування Інтернет-комунікації у формуванні політико-комунікаційної системи сучасної України в контексті формування основних структурних елементів політичного структурування громадської думки;

-виявити засоби протидії деструктивному впливу на структуру громадської думки сучасної України в умовах повномасштабного вторгнення російської федерації та активності зовнішніх акторів політичної Інтернет-комунікації.

Наукова новизна полягає в тому що в дослідженні вперше в українській політологічній традиції розкрито основи політичного структурування громадської думки на основі засобів Інтернет-комунікації в умовах функціонування демократичних інститутів та політичної трансформації.

Вперше

-надано визначення процесу політичного структурування громадської думки, яке полягає в формуванні відокремлених масивів політичних смислів та політичної ідентичності в суспільній самосвідомості на основі наслідків функціонування політичного процесу сучасної демократії;

-розкрито значення поняття інституційної спроможності демократичної громадської думки, яке полягає у формуванні відповіді на зовнішній комунікаційні виклики у вигляді раціонально-критичного обґрунтування картини світу, які відповідають на прояви специфіки конкурентної політики, політико-комунікаційної боротьби та стратегій політичної інклюзії. При цьому з'ясовано ступені інституційної спроможності громадської думки: 1) цілком самодостатня, яка відповідає рівню розвитку країн сталої демократії та формується на основі раціонально-критичної свідомості; 2) обмежено функціональна,

яка відповідає рівню розвитку країн політичних трансформацій, які частково мають формальні або декларативні демократичні політичні інститути та політичні практики; 3) пригнічена або дисфункційна громадська думка, яка відповідає ситуації сучасних автократичних країн внаслідок деструктивного впливу пропаганди та політичних обмежень;

- розкрито чинники оцінки потенціалу політизації засобів Інтернет-комунікації, які полягають у 1) перетворювальній здатності впливу, можливості зміни базових структурних вимірів громадської думки; 2) трансформації порядку денного політичних інститутів та акторів на основі інформаційних кампаній в Інтернет; 3) стратегічного потенціалу конкретних Інтернет-ресурсів в межах планування політичних дій та кампаній;

Уточнено

-різновиди інституційних конфігурацій формування вибору моделі громадської думки в умовах функціонування демократичних політичних систем. Ними є: 1) прагматичні групи політичних інститутів, які формують сукупність політичних пропозицій на основі раціональних уподобань громадян раціонального вибору; 2) колективістські групи: трансформаційні політичні інститути, які намагаються експлуатувати залишкові ціннісні концепти авторитарного або тоталітарного суспільства; 3) групи патерналістського етатизму, коли автократичні політичні інститути конструюють залежну та пригнічено громадську думку на основі засобів Інтернет-пропаганди та прямого політичного примусу;

Набули подальшого розвитку

- оптимальна модель громадської думки національної свідомості, яка структурується навколо концептів національного майбутнього, позитивного підсумку політичних трансформацій та інтеграції Української Держави до європейської цивілізації;

- ідентифікація засобів протидії деструктивним політико-комунікаційним кампаніям та акціям в умовах українсько-російської війни. До них належать: концептуальна адаптивність, (яка полягає у сприятливій інтерпретації подій в Україні та військових дій в сенсі української свободи демократії та національної консолідації); акумуляція ресурсів, (яка полягає в координації дій Інтернет-суб'єктів українського інформаційного простору з плануванням контенту та адаптивного реагування на деструктивні виклики); реалізації стратегії випередження подій (яка полягає у підготовці сприятливого комунікаційного тла навколо відомих або запланованих політичних подій та їх версії для української громадської думки).

Практичне значення отриманих результатів можливостях удосконалення підготовки фахівців-політологів на основі нових навчальних дисциплін, таких, як структура та функції громадянського суспільства, політична комунікація, політична ризикологія, політичний Інтернет-простір. Опрацьовані підходи до аналізу структурування громадської думки можуть використовуватися для оптимізації підходів щодо протидії деструктивним політико-комунікаційним впливам на громадську думку сучасної України.

Особистий внесок здобувачки. Постановка і вирішення всього комплексу завдань та публікація результатів дослідження здійснені автором самостійно. За темою дослідження автором одноосібно опубліковано 8 робіт, з них 4 – у фахових виданнях України з політичних наук. Апробація результатів дослідження була здійснена в доповідях на 4 міжнародних наукових конференціях.

Публікації. За темою дисертації автором опубліковано 8 одноосібних наукових статей. Серед цих публікацій – 4 наукові статті у фахових виданнях України з політичних наук, 4 тези у матеріалах всеукраїнських та міжнародних наукових конференцій. Структура дисертації обумовлена поставленою метою і завданнями дослідження

та складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 215 сторінки, з яких 22 – список використаних джерел (208 найменувань). Обсяг текстової частини дисертації складає 235 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРУКТУРУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В СУЧАСНОМУ ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

1.1 Міждисциплінарні дискусії щодо структури громадської думки в умовах цифрової революції

Сучасні суспільні науки розглядають громадську думку як ознаку функціонування масового суспільства та його спроможності реагувати на виклики політичного розвитку. Як концепт модерну громадська думка широко використовується соціологією, психологією, соціальною філософією для позначення інтелектуального та емоційного відображення подій та процесів, які характеризують суспільний порядок денний. Сучасні Інтернет-комунікації трансформують подієвий контекст політики, надають йому нових рис інтерактивності та віддаленої участі. Відповідно міждисциплінарний дискурс суспільних досліджень вимагає уточнення та експлікації в напрямку усвідомлення принципів структурування, а також розвитку уявлень про взаємодію політично орієнтованих структурних компонентів.

Громадська думка – це поняття політичної науки та інших суспільних наук, яке забезпечує умови для вираження позиції міждисциплінарних наукових досліджень. Значення громадської думки як консолідованої позиції суспільства з тих чи інших політичних питань набуває все більшого значення. В епоху цифрової політики та активного використання інформаційно-комунікаційних стратегій для маніпулювання саме громадська думка є результатом спроб змінити поведінку та програмування реакцій соціуму на дії влади та зміни політичної ситуації (див.: [3]). Структурування громадської думки, тобто утворення її пов'язаних та автономних компонентів, відбувається на основі звернення політичних акторів до певних соціальних груп, які висловили свої переваги. Водночас необхідно пояснити чинники політичної структури громадської думки. Важливим є визначити

основні теоретичні трактування цього процесу в сучасних політологічних дослідженнях. Великого значення для розбудови консолідованої демократії в Україні набуває розуміння самодостатності громадської думки та її формування на основі репрезентативності політичних позицій окремих громадян, локальних спільнот та рухів. Також потребує уточнення співвіднесення громадської думки у реальному світі та її аналогів у соціальних мережах, спільнотах та Інтернет-форумах.

В умовах сучасної України існує необхідність встановлення нормативного значення громадської думки та сучасних політологічних тлумачень. Внутрішня будова громадської думки стала предметом дослідження багатьох українських науковців, що представляють різні суспільствознавчі дисципліни. Зокрема, Л. Балуцька з'ясовує значення громадської думки у масових акціях протесту [3], В. Бурлачук встановлює взаємозв'язок громадської думки і розмови у соціологічному контексті [12], Л.Кочубей досліджує громадську думку як інструментарій формування у процесі утвердження суспільної солідарності [71], Л.Кіоссе розкриває специфіку громадської думки як складової легітимної політичної влади [62], М. Кордон з'ясовує аргументи «за» і «проти» євроінтеграційних прагнень у громадській думці України [67], О. Попроцький та Є. Драчов долучилися до аналізу громадської думки як складової іміджу держави [105], В.Торяник розглядає громадську думку та політичну ментальність як компоненти політичної культури суспільства [132]. Однак, існує необхідність встановлення теоретичних підходів щодо концептуалізації структурування громадської думки у політологічному контексті.

Технологія, яка передувала сучасному сприйняттю політичного Інтернету, була системно створена у 1957 році. Тоді, як вже добре відомо широкому загалу, при департаменті оборони США, було створено Агентство дослідницьких проєктів особливої складності –

ARPA. Його організаційна суть полягала у передачі інформації та постійному зв'язку у разі ядерної атаки. А у 1962 році американський дослідник Леонард Клейнрок опублікував статтю про пакетну пересилку інформації (packet switching theory) [191]. І цей напрямок продовжував Л. Робертс у статті «Еволюція комутації пакетів» [191].

Теоретичною основою пояснення причин щодо утворення мережі Інтернет слугували праці таких американських дослідників як П. Берен та Д. Ліклайдера із його концепцією «Галактична мережа». У 1966 році створено мережу АРП Анет Advanced Research Projects Agency (ARPA). Її головними особливостями було те, що інформація може передаватись від вузла до вузла, які між собою сполучені.

У 1969 році чотири мережі були об'єднані до однієї структури і фактично була утворена мережа Інтернет. З того часу «Всесвітнє павутиння» підкрило майже всі куточки земної кулі. Так, за даними оприлюдненими у Щорічному звіті Глобальної цифрової статистики за 2022 рік, більше 5 млрд людей зараз є користувачами Інтернету, при цьому за останній рік їхня загальна кількість зросла майже на 200 млн. 63% населення світу зараз он-лайн, але все ще існують важливі відмінності в технічній «якості» доступу до Інтернету у різних регіонах.

Визнаючи соціальні мережі найбільш комунікативно місткою частиною Інтернет-комунікації в контексті саме соціально-політичного спілкування, важливо відзначити, що в світі сьогодні існує 4,65 млрд користувачів цих мереж, що дорівнює 58,7% всього населення планети. А якщо вважати, що соцмережами можуть користуватися люди від 13 років, то приблизно три чверті усіх потенційних користувачів цих мереж вже комунікують в них. Користувачі проводять в такій комунікації значну частину дня – в середньому по 6 годин і 53 хвилини онлайн щодня. Типовий користувач Інтернету зараз проводить в мережі понад 40% свого життя приймаючи участь, в тій чи іншій ролі

(суб'єкту чи об'єкту) та в тому чи іншому ступені, у формуванні громадської думки [152].

У даному розділі нагальним є встановлення теоретичних чинників концептуалізації структурування громадської думки. У цьому контексті першорядного значення набуває уточнення основних тенденцій теоретичного відображення процесів структурування громадської думки у сучасній політичній науці.

Теоретико-концептуальні уявлення про структуру громадської думки в українських розробках формуються на основі взаємовідносин між окремими ланками політичної системи та їх соціальним середовищем. Зокрема, активно розглядаються можливості взаємодії громадської думки та окремих політичних суб'єктів на основі експериментальних явищ формування громадської думки як процесу досягнення бажаної реакції на дії окремих учасників політичних відносин. Про це, зокрема, свідчить інтерпретація успішності окремих ланок повноважних представників держави, особливо правоохоронців. Як слушно зазначає Д. Чувирін, «важливість вирішення завдань підвищення рівня довіри населення до правоохоронних органів, зміцнення їхнього авторитету визначається тим, що об'єктивна громадська думка дозволяє більш предметно висвітлювати роль правоохоронних установ та органів у забезпеченні захисту інтересів народу і держави, зміцненні законності, виявляти здатність здійснювати вплив на формування позитивного іміджу цих інститутів як індикатора конкретних змін у забезпеченні права і порядку в країні, сприяти формуванню правової свідомості населення та його поваги до закону»[148, с.206].

Нормативно-правова вимога прозорості діяльності держави передбачає концептуальні вимоги та умови для розуміння сфери діяльності, пов'язаної з впливом державних інституцій на громадську думку (див.: [9]).

Існує також можливість структуризації суспільства за принципом «охоплений» або «не охоплений» через цілеспрямовані політико-комунікаційні інструменти. Таке попереднє сегментування дозволяє зрозуміти наявність різних частин в «єдиному» спектрі громадської думки. Іншим напрямком теоретичної концептуалізації структурування громадської думки у політичному просторі є дослідження політичної пропаганди. Пропагандистський вплив, з одного боку, апелює до громадської думки як до цілісного утворення та прагне до гомогенізації уявлень та позиції громадян. З іншого боку, у демократичному суспільстві пропаганду здійснюють щонайменше кілька суб'єктів політичних змагань. Звідси, у єдиному масиві громадської думки можна виокремлювати ідеологічні та пропагандистські конотації, притаманні ключовим політичним гравцям, що може бути основою для встановлення структурних елементів. На думку українського вченого Д. Павлова, «беручи до уваги значну роль пропаганди у спотворенні громадської думки, яку відзначають багато дослідників, можна сказати, що основним об'єктом політичного пропагандистського впливу на структуротворення громадської думки є важливі судження всередині конкретного суспільства, які визначають ставлення більшість громадян до уряду» [98, с.55].

Вивчення ефективності впливу на громадську думку нашої сучасних вчених на положення, згідно з яким ефективність пропаганди вимірюється рівнем наближеності змісту повідомлень до конкретних груп всередині громадської думки. Це також свідчить про її неоднорідність та багатоскладовість. Д. Павлов справедливо наголошує, що «одним із головних завдань дослідження громадської думки як об'єкта політичного пропагандистського впливу є з'ясування того, як і за допомогою яких засобів політична пропаганда може ефективно перетворювати громадську думку» [98, с.56].

Елементами структури громадської думки слід вважати не лише соціально-політичні спільноти, але й смислові масиви політичної інформації – групування повідомлень навколо певної теми, яку «розкручують» з пропагандистською метою. Це зумовлює появу певного кола позицій, які пов'язуються між собою у рамках цілеспрямованого формування порядку денного. При цьому порядок денний може бути структуруючим чинником як у діяльності інститутів влади, так і в розвитку суспільства. Д. Павлов вірно зауважує, що «ефективна політична пропаганда базується на моделях цілеспрямованого творення громадської думки. До таких поширених моделей належить структурування громадської думки через політичні медіа» [98, с.56].

Сенсаційний або резонансний зміст певних політичних думок або позицій також становить один з ключових важелів структурування громадської думки. Оскільки поняття громадської думки згадується у багатьох нормативних актах, їх аналіз та позиції стають основою для конкретних рішень та дій уповноважених суб'єктів та інститутів політики. Таким чином, з'являються умовно «публічні» та умовно «не публічні» сегменти громадської думки. Л. Ляпіна та О. Ляпіна висувають слушні питання: «чи має громадська думка юридичну вагу, залежить від того, чи ухвалено рішення на основі уваги особи до проблеми. Якщо щось не приваблює людей, нема чого боятися громадської думки з цього питання. А коли чомусь приділяється підвищена увага, це означає неузгодженість правової системи. Для дослідника найбільше значення має середній рівень уваги» [77, с.21].

Ангажованість владою або професійною політичною діяльністю також визначає шлях громадської думки до структурування. Стійкі взаємозв'язки і з посадовцями у рамках оцінювання їх діяльності, підтримки або неприйняття певних політичних дій, створюють «полюси» у структурі громадської думки, між якими існує безліч

проміжних позиції та елементів. На думку Л. Ляпіної та О. Ляпіної, «як і всі соціальні інститути, громадська думка перетворює невідпорядковані, випадкові, спонтанні соціальні взаємодії між населенням і політико-адміністративними структурами в упорядковані, довгострокові, контрольовані, тобто підтримує цю взаємодію, озброює її механізмами і встановленими правилами» [77, с.22].

Артикуляція на значенні дорадчої функції громадської думки дає змогу виокремити «суб'єктну» та «пасивну» частини загального масиву громадської думки. Поряд з цим участь або не участь у консультаціях з владою для трансформаційних суспільств є ознакою сегментації громадської думки (див.: [6]). Теоретична позиція щодо функціональності громадської думки або її дисфункційності підкріплюється міркуваннями щодо результатами діяльності влади у вигляді конкретних рішень. Л. Ляпіна та О. Ляпіна слушно вважають, що «нормою взаємовідносин владних структур і громадської думки є врахування їх в управлінських процесах на всіх їх етапах. Врахування громадської думки при прийнятті управлінських рішень має не випадковий, а цілеспрямований і систематичний характер» [77, с.23].

Як вже відзначалося, важливим показником структурування громадської думки на політичних засадах є взаємозв'язок смислових елементів із соціальними та гендерними ролями у суспільстві. Як вказують сучасні емпіричні дослідження стосовно питання участі жінок у політиці, гендерні пріоритети та переваги відіграють ключову роль у виробленні картини світу. Зокрема, Т. Костюченко, Т. Марценюк та С. Оксамитна наводять емпіричні свідчення, згідно з якими «найчастіше дорослі українці обирали інше твердження, яке пояснює незначну присутність жінок у сфері політики, а саме те, що жінки є не менш кваліфікованими, ніж чоловіки, але здібності жінок недооцінюються та зневажаються у сфері політики, де домінують

чоловіки (57 %). Так вважає половина опитаних чоловіків (50 %) та більшість серед опитаних жінок (62 %)»[69, с.74].

Гендерні стереотипи та упередженість у модерному суспільстві втрачають свою вагу та значення, коли існує середовище раціональної дискусії та аргументації намагання значущості. В Україні подібне середовище перебуває у стадії формування. Відповідно однастайність стосовно резонансних гендерних позицій або значень є скоріше винятком ніж правилом. Т. Костюченко, Т. Марценюк та С. Оксамитна слушно вважають, що «більшість дорослого населення Грузії та України не мають сумнівів у здатності жінок бути не менш кваліфікованими і ефективними політиками, ніж чоловіки» [69, с.74].

Наявність елементів у громадській думці, які не підтримують позицію «мейнстріму» дає змогу побачити, що соціокультурні передумови теоретичного відображення структурування громадської думки мають велике значення (див.: [10]). Перевагою «світського» (секулярного) демократичного суспільства є необмежена циркуляція політичних думок і позицій, які, зрештою, можуть збалансувати крайні точки зору та сприяти поширенню поміркованості і толерантності. Водночас довіра до емпіричних свідчень певних нормативних показників не є достатньою підставою для оголошення процесів гомогенізації громадської думки. Це потребує більш серйозних та глибинних досліджень, зокрема засобами опитування експертів. Українські вчені роблять висновок, що «дані численних опитувань громадської думки в Україні та Грузії свідчать, що ставлення громадян цих країн до участі жінок у політиці неоднозначне, але переважно позитивне. Більше половини українців і грузин загалом вважають жінок такими ж кваліфікованими та здатними до ефективної політичної діяльності, як і чоловіки, а також готові голосувати за жінок на виборах» [69, с.80].

Таким чином, політичне структурування громадської думки має певні ключові моменти, пов'язані із методологією суспільних наук та емпіричними даними щодо стану суспільства. Аналіз громадської думки як «єдиного субстрату» або «одновимірного масиву» показує наявність елементів на основі упередженої або ціннісної позиції дослідника (див.: [1]). Водночас, широка панорама структури громадської думки стає доступною, якщо уникнути тривіальних або очевидних способів виокремлення структурних елементів. Основним засобом визначення функціональних частин громадської думки має бути суб'єктно-інституційний аналіз, який дозволить з'ясувати, чи наявні самодостатні та саморганізовані актори формування громадської думки, чи громадська думка є лише об'єктом маніпулятивного впливу.

Таким чином, структурування громадської думки є дискусійним питанням у міждисциплінарному контексті. Сучасні політичні соціологи схильні вважати громадську думку певним гомогенним субстратом, сформованим на основі механічного об'єднання позицій окремих громадян та дрібних груп. Звідси соціологічна експлікація громадської думки здійснюється на основі узагальнених та усереднених параметрів, виявлених на основі опитувань та інших видів соціологічних досліджень.

З точки зору сучасної політичної теорії громадська думка є явищем віртуального дискурсу позицій та вимог, які просуваються до порядку денного на основі спроможності суб'єктів мовлення до часткової артикуляції своєї позиції. На основі аналізу великих даних («Big data») мережі Інтернет сучасні політичні аналітики висловлюють гіпотезу про можливість цілеспрямованого формування громадської думки або частково впливу на неї.

У зв'язку з цим виникає первинний процес структурування громадської думки, який визначає появу контрольованих або активних груп у соціальних мережах та стихійних або саморганізованих

спільнот. Також на основі політико-технологічних стратегій та SMM-маркетингу формується так званий «мейнстрим» громадської думки з певних питань. У той же час, альтернативні, екстравагантні та неординарні думки та позиції стають маргінальними та неспроможними.

Теоретичні уявлення про Інтернет та кібер-сферу політики як про вільний простір взаємообміну політичними аргументами на сучасному етапі остаточно поступається картині світу, в якій активні агенти намагаються використати цифрові Інтернет-технології та соціальні медіа для забезпечення прийнятної політичної поведінки та маніпулювання свідомістю з політичною метою. Отже, концепт структурування громадської думки має виразну політико-технологічну складову. Водночас подальші зусилля мають бути спрямовані на з'ясування самоорганізаційних тенденцій у функціонуванні громадської думки в умовах сучасної демократії.

Таким чином, міждисциплінарні дискусії експлікують актуальність ідентифікації структурних компонентів громадської думки. Інтернет-комунікації стимулюють інтерес до маніпулятивно-технологічного перетворення свідомості та управління поведінкою. Однак політичне структурування громадської думки як гіпотеза дослідження охоплює особливості самоорганізації та інтерактивних структурних компонентів. Відповідно доречно звернутися до фахових політологічних оцінок громадської думки.

1. 2 Політологічна концептуалізація структури громадської думки в період цифрової трансформації політичної комунікації

Сучасні політичні науки здійснюють активний дослідний пошук у напрямку модернізації політичної комунікації. Діджиталізація утворює нове середовище для функціонування традиційних політичних суб'єктів та інститутів. Також зростають можливості політичної участі, які трансформують підходи для розуміння взаємодії еліти та мас. В сучасній Україні значення знань про специфіку політичної комунікації та зміни політичної поведінки значно актуалізується. В умовах російсько-української війни та застосування ворогом інформаційно-психологічних спеціальних операцій з метою дезінтеграції українського суспільства, доречно розглянути політологічну концептуалізацію структурування громадянської думки для того, аби виявити підходи до вивчення структурування як окремого феномену та процесу.

Політологічні основи розгляду громадської думки ґрунтуються на пріоритетах комплексності та охоплення різних чинників впливу. Саме на цих засадах і формуються вектори визначення її структурних компонентів. Мотивацією для дослідників-політологів є встановлення співвідношення об'єктивних і суб'єктивних чинників формування і функціонування громадської думки як суспільного явища. Л. Руженко цілком виправдано у більш загальному контексті розглядає громадську думку як складну категорію: «по-перше, як один із проявів масової суспільно-політичної свідомості, що відображає ставлення громадян або їх певної його частини до влади; по-друге, як ретроспективно обумовлений і змінений стан суспільної свідомості великих груп людей; по-третє, як сукупну, особисту позицію, точку зору певної структурно визначеної спільноти людей на певні події, проблеми, рішення державних, політичних, громадських інституцій»[114, 293].

Політичний зміст структурування громадської думки досить сильно детермінований станом суспільної свідомості. Також до уваги береться інституційна структура політики, яка визначає необхідність представництва та управління суспільством. Можливість самодостатнього та самоорганізованого політичного самовиразу є критерієм окремого статусу громадської думки по відношенню до таких понять, як політична свідомість, політичний світогляд тощо. Згідно з позицією Л. Руженка, «громадська думка – це публічно виражений стан суспільної свідомості, який впливає на функціонування суспільства та його політичну систему. Саме можливість голосно і публічно говорити про проблемні питання суспільного життя та вплив цієї висловленої думки на розвиток суспільно-політичних відносин відображає сутність громадської думки як особливого соціального інституту» [114, с. 293].

З точки зору психологічної мотивації структурування громадської думки наявні судження щодо структурування за способом сприйняття зовнішнього політичного світу. Ці позиції загалом мотивовані знаннями про наявні прояви досягнення політичної дійсності індивідами та групами. При цьому враховується і політичні емоції (або емоції з «політичного приводу») а також загалом емотивне сприйняття політики. Проте щодо цього ще тривають наукові дискусії. Як слушно вважає Л. Руженко, «структура громадської думки включає три компоненти: раціональний, емоційний і вольовий. Раціональний (пізнавальний, інтелектуальний) компонент – це знання людьми подій, явищ і фактів, які є предметом суспільної уваги. Багато в чому це залежить від рівня освіти та обізнаності з темою. Емоційна складова тісно пов'язана з раціональною. Це настрої та почуття, які виникають щодо предмета громадської думки» [114, с. 294].

З точки зору дослідження політики громадська думка аналізується як один з аспектів функціонування політичних інститутів

та акторів. Відповідно специфіка політичної конкуренції знаходить відображення в особливостях впливу на громадську думку. Зазначений вплив має як об'єктивну, так і суб'єктивну природу. Проте в сучасні періоди дедалі частіше поширюються приклади цілеспрямованого «перетворювального/спотворювального» впливу. Український фахівець за співвідношенням раціонального та емоційного компонентів в громадській думці говорить про «можливість маніпуляції. Громадська думка – політологічна концепція, яка створює чіткі умови для міждисциплінарних наукових досліджень. Дедалі більшого значення набуває громадська думка як єдина позиція суспільства з конкретних політичних питань. В епоху цифрової політики, де активно використовуються інформаційні маніпуляції та комунікаційні стратегії, громадська думка виникає в результаті зусиль щодо зміни поведінки» [114, с. 294].

Психологічна та свідомісна типологія структурування громадської думки на тлі політичних процесів виявляє особливі виміри причин та наслідків функціонування структурних компонентів. Серед них велике значення має зосередження якостей особистостей та певних груп. Вони формують упереджене ставлення до політичної дійсності та формують вектор суб'єктивної політичної поведінки. Л. Руженко фіксує й третю складову, якою є «вольова складова, тобто певні дії суб'єктів громадської думки. Усі ці компоненти взаємопов'язані та доповнюють одна одну, надаючи суспільній думці якості особливої духовно-практичної цілісності» [114, с. 294].

Ретроспективний або темпоральний вимір політичного структурування громадської думки, з точки зору політологів, пов'язаний з практиками взаємодії влади і суспільства. Для нашого дослідження актуальне питання переходу від пострадянської громадської думки до громадської думки демократичного суспільства. Тому сучасні вчені справедливо наголошують на формуванні

самодостатності та ініціативності структурних компонентів громадської думки як критеріїв її перетворення. Згідно з В. Полтораком та С. Чавкіною, «однією з найважливіших проблем нашого суспільства є проблема інституалізації громадської думки в Україні. За часів тоталітаризму громадська думка певною мірою враховувалась, але лише як наявність окремих загальних суджень різних груп людей. Але як соціальний інститут вона просто не могла функціонувати в цих умовах» [104, с. 15].

Структурні елементи громадської думки в умовах комплексних політичних трансформацій значно розширюють пошук детермінант формування структурних компонентів. Відповідно науковий пошук іде шляхом оцінки основних та другорядних чинників. Серед іншого називають і «природу» перетворень самих політичних інститутів, які спричиняють зміни в громадській думці. З цього приводу В. Полторак та С. Чавкіна вірно вбачають, що «трансформаційні процеси передбачають перехід не тільки до ринкової економіки, а й до суспільства, в якому громадська думка є важливим соціальним інститутом, що регулює відносини між населенням і представниками влади. Інституалізація громадської думки неможлива без розширення значення суб'єктів громадської думки; також бажаним є розширення об'єктів громадської думки (що означає, що вони існують і можуть бути певним чином враховані щодо якщо не всіх, то багатьох проблем у житті суспільства); зміни в структурі державних установ з точки зору їх орієнтації на врахування громадської думки» [104, с. 15].

Окремою тенденцією є розуміння специфічної природи політичного сприйняття, яка зумовлює хибність уявлень та неадекватність досягнення дійсності. Ідеться про «самооману» великих верст населення. При цьому маніпулятивний чинник (інституційно-акторної генези) є другорядним. В. Полторак та С. Чавкіна доречно висновують, що «громадська думка може бути як адекватною

реальному станові речей, так і може містити помилкові, хибні уявлення про дійсність» [104, с. 16].

Особливий вимір функціонування та структуроутворення громадської думки становить політичний електоральний процес. Він відзначається динамікою та багатовимірністю. Так само громадська думка відображає свою динамічну природу. На думку українських науковців, «громадська думка може змінюватися значно швидко (іноді протягом кількох днів, наприклад під час виборчих кампаній), оскільки майже постійно перебуває у фазі формування. При цьому громадська думка – це завжди певний процес, а не результат. Тому при вивченні та використанні громадської думки в процесі соціального управління необхідні постійні та ретельно контрольовані опитування» [104, с. 16].

Розуміння структури громадської думки в умовах демократії та політичної конкуренції будується на аналізі пізнавальної спроможності та можливості виявлення фактичних свідчень структуроутворення. Одним з основних підходів є бачення пізнавальних спроможностей конкретних компонентів громадської думки. Відповідно до цього формується і конфігурація поведінки влади та політичних інститутів. Дніпровські вчені зазначають, що як об'єкти громадської думки можуть виступати «явища дійсності, факти, події, відносини, судження і таке інше, які доступні віддзеркаленню в громадській думці, відповідають пізнавальним «спроможностям» масової свідомості, а також критеріям громадського інтересу, актуальності, дискусійності, компетентності» [104, с. 17].

Змістове наповнення громадської думки також представляє окремий напрям політологічного осягнення її структурування. Емпірична інформація стосовно конкретних ідей та інших компонентів, виявлених в ході оцінки громадської думки, дає матеріал для виявлення структурних компонентів. Професор Д. Павлов наголошує, що «громадська думка – це судження її представників, важливі в межах

певної соціальної спільноти і які, по-перше, підвищують значення одних політичних і владних практик у суспільстві за рахунок інших; По-друге, вони інтегрують свободу суспільства і виступають нормативним фактором індивідуальної поведінки громадян» [98, с. 55].

Змістова складова громадської думки на сучасному етапі надає можливість судити про поширювані в суспільстві та державі наративи концепти та доктринальні положення. Відповідно до цих «смыслових груп» з'являються можливості виявлення прибічників або аудиторій, які є носіями вказаних конструктів. Також будуються гіпотези щодо політико-комунікаційного впливу на вказані групи або верстви. Згідно з Д. Павловим, «пропаганда має змінити політичне світосприйняття громадськості, що може бути здійснено як через незначне перенесення уваги з одних тем чи об'єктів на інші, актуалізацію пануючих стереотипів, впровадження моделей сприйняття політичного простору, емоційні та оціночні вербалізації поточних ситуацій політичними лідерами та експертами» [98, с. 56].

Справделивість наведених вище думок демонструє подальший аналіз публікацій за темою нашої дисертації. Структурування громадської думки розглядає низка вітчизняних науковців. Зокрема, Л. Калашникова вивчає соціальний генезис поняття «громадська думка» [57], В.Кулик аналізує державну політику та громадську думку щодо пам'яті й мови в Україні після Євромайдану [73], О.Плющ розкриває значення громадської думки як індикатору процесу здійснення освітніх реформ [102], О.Стариковська здійснила соціально-філософський аналіз поняття «громадська думка» [124], А.Хом'як звертається до взаємодії інтеграційної політики та громадська думки [146]. Однак, необхідним є й подальший розгляд політичних підходів до структурування громадської думки в контексті політичних трансформацій.

Сучасні науковці роблять припущення стосовно оптимальних підходів впливу на громадську думку виходячи з її змістовного наповнення. Ідеться про поширення політичного контенту, яке відповідає ідейним настановам та картині світу. Зазвичай подібну стратегію використовують політичні актори, які здійснюють поширення пропаганди в електронних медіа. Д. Павлов слушно вказує на використання «політичної пропаганди на основі праймінгу, яке уможливорює фіксацію, активізацію та актуалізацію таких настанов громадян, які дозволяють тим чи іншим чином оцінювати політичних акторів, що фігурують в інформаційному просторі на фоні відповідних тем та проблем як контекстів сприйняття цих акторів» [98, с. 57].

Звідси, основними векторами політологічного вивчення структурування громадської думки є інституційний та змістовий. На основі першого виокремлюється актори та центри впливу, які здійснюють перетворення. На основі другого кваліфікується політичні складники світосприйняття та ідейного тла функціонування політичної громадськості.

Таким чином, політичне структурування громадської думки отримало первинну експлікацію в сучасних політологічних дослідженнях. На відміну від соціально-демографічних чинників структурування громадської думки, політичний процес генерує імпульси впливу, які стохастично формують уявлення, концептуальний зміст переконань громадян тощо. Внаслідок цього доречно звернутися до реалій Інтернет-комунікацій як своєрідного фільтру інтенції політичних акторів та інститутів. Також на часі аналіз зворотних імпульсів реакції громадянської думки на «згенерований» політичний порядок денний.

1.3. Методологія дослідження структурування громадської думки в середовищі політичної Інтернет-конкуренції

Зважаючи на статус та особливості громадської думки як сукупності реакції на зміну політичного порядку денного необхідно окреслити методологію та методику дослідження. Громадська думка, як з'ясувалися в межах аналізу досліджень і публікацій, має подвійну статичну і динамічну природу. Отже, процедури структурування вимагають оцінки інституційної структури демократичного політичного процесу та його взаємодії з громадською думкою. Також актуальними є характеристики динаміки створення компонентів громадської думки на основі можливостей інтерактивності та прояву ініціативи громадян в політичних Інтернет-комунікаціях.

Прикладний характер досліджень громадської думки проявляється в конкретних комунікаційних та організаційних завданнях політичних інститутів. Виявити ставлення громадян до певної державної політики є одним з завдань соціальних наук. Відповідно новітні розробки вказують на виявлення оптимальних наративів у трансляції позиції влади. Особливо наочно це видно в конкретних кейсах, зокрема, взаємодії влади та конкретних соціальних груп. Американські дослідники Е. Хоуз, К. Каллертон та А. Грансайт здійснювали дослідження прийнятності втручання політики до формування громадської думки медичних працівників. Вчені також виключили дослідження, які вивчали прийнятність фінансових втручань, таких як виплати за втрату ваги, оскільки фокус огляду не був на індивідуальних втручаннях. Погляди та думки медичних працівників, клініцистів і пацієнтів були виключені, оскільки в центрі уваги цього дослідження було ставлення ширшої «громадськості», а не лише тих, хто професійно чи експертно цікавиться здоров'ям та охороною здоров'я [176, р.21].

Квантифікація структури громадської думки здійснюється на основі сукупності методів збирання даних. Вони включають одночасно і аналізи й інтерпретацію. В комплексі досліджень громадської думки зустрічається описові та системні огляди, які є певним підґрунтям для суджень про її структуру. Політичний аспект структурування розкривається в кожному конкретному кейсі. Е. Хоуз, К. Каллертон та А. Грансайт наголошують, що ними були виключені деякі плани дослідження, зокрема, як формативні та експериментальні дослідження (ті, які перевіряють вплив або переваги різних повідомлень або фреймів різними групами та їхні результуючі думки чи ставлення), оскільки цей огляд мав на меті проаналізувати описові дослідження громадської думки. Науковці також виключили огляди (включаючи систематичні огляди) і мета-аналізи, щоб уникнути подвійного підрахунку оригінальних досліджень» [176, р.22].

Соціальне підґрунтя громадської думки також виступає об'єктом наукових розробок. Ідентифікація соціального наповнення кожного компоненту громадської думки полегшує розуміння принципів групування. Зарубіжні науковці спирається на кореляції соціальних та демографічних груп і притаманної їм поведінки. Е. Хоуз, К. Каллертон та А. Грансайт наводять дані, згідно з якими більше половини досліджень були зосереджені на широкій громадськості ($n = 163$, 56%). Менше досліджень було зосереджено на конкретних групах населення, таких як суб'єкти політики ($n = 27,9\%$), які включали урядовців, політиків, адвокатів, лобістів, науковців, роздрібних торговців та/або промисловість ($n = 27,9\%$). Інші групи населення включали дітей, підлітків або молодих людей ($n = 19,6\%$), курців або колишніх курців ($n = 15,5\%$) та студентів університетів/коледжів або співробітників ($n = 14,5\%$). Невелика кількість досліджень розглядала кілька популяцій і груп ($n = 15$, 5%). Інші групи громад ($n = 7$, 2%) включали мешканців

державних будинків, корінних народів або людей з різними культурами та мовами та групи мігрантів [175, р.22].

Конкретні соціологічні опитування намагаються виокремити структурні компоненти громадської думки на основі позиції по тим або іншим питанням суспільного розвитку. Політичне структурування виступає наступним етапом групування громадян. У дослідженнях, де використовується опитування, немає повної міри відповідності політичним подіям та інституційній структурі. Натомість вчені наполягають на необхідності відповідності вибірки. К. Елмелунд-Прастекар, Д. Ніколас Хопманн, Р. Т. Педерсен вказують, що традиційні опитування громадської думки – це опитування, під час яких випадкові вибірці певної групи населення задають питання про їхні погляди, знання чи поведінку. У разі належного проведення, відповіді в таких опитуваннях є приблизно репрезентативними для всього населення. Традиційні опитування громадської думки зазвичай базується на чотирьох різних методах збору даних або їхніх комбінаціях: особисті опитування, опитування поштою, телефонні опитування та веб-опитування. Зважаючи на те, що опитування громадської думки базуються на вибірці, вчені не можуть бути впевнені, що вибірка ідеально відображає громадську думку, навіть якщо випадковість ідеальна. Крім того, відповіді можуть сильно залежати від контекстуальної інформації, наданої разом із запитанням. Крім того, може бути важко вловити минулі чи складні причини ставлення чи поведінки. Якщо підсумовувати, то опитування є точним способом вимірювання громадської думки, але вони також мають певні проблеми методологічного характеру [167].

Сучасні науковці в методологічному плані значно модернізують свій дослідний інструментарій. Медіа-комунікаційні засоби здобуття інформації про стан та специфіку громадської думки вимагають оцінки ризиків та рекомендацій. Відповідно на основі соціальних медіа можна

створити певну картину політичних уподобань та поведінки. Китайські дослідники С. Донг та Й. Ліан наголошують, що незважаючи на переваги використання соціальних медіа для збору громадської думки, слід брати до уваги певні проблеми, такі як труднощі гарантування відносності даних, перешкоди для чесного та відкритого обміну інформацією, а також надійність і достовірність даних. Важливою є й повторна обробка. Незважаючи на те, що попередні дослідження більш-менш запропонували деякі цінні висновки, все ще бракує систематичних досліджень щодо проблем у використанні соціальних медіа для аналізу громадської думки. Таким чином, робота С. Донга та Й. Ліана має на меті визначити основні проблеми в аналізі SMPO шляхом огляду існуючих досліджень і пропозиції деяких практичних рекомендацій [166].

Для збереження безсторонності у дослідженні громадської думки сучасні вчені дотримуються нормативних протоколів міжнародного рівня. Вони окреслюють етичні та нормативні засади отримання та поширення інформації про громадську думку. С. Донг та Й. Ліан проводили своє дослідження відповідно до етичних рекомендацій Комітету з етики Пекінського технологічного університету. Усі суб'єкти дали письмову інформовану згоду відповідно до Гельсінської декларації. Протокол був схвалений Комітетом з етики Пекінського технологічного університету [166]. Це вказує на вагу та значення не лише втручання до стану та статусу громадської думки, але й дослідження цього об'єкту.

Практика досліджень громадської думки через медіаконтент та інтерфейс соціальних мереж виявила певні перешкоди для однозначних тлумачень щодо структурних компонентів громадської думки. З'ясувалося, що програмне забезпечення може суперечити завданням виявлення однозначних відповідей або поведінки. Цей виклик полягає в інтерактивній природі соціального спілкування онлайн. С. Донг та

Й. Ліан виявили, що збирати дані громадської думки з Facebook і Weibo важко через їх обмежений програмний інтерфейс і заходи проти Web Crawler. Як ефективно та зручно видаляти недійсні дані та як розробити методи інтелектуального аналізу даних для даних соціальних мереж, особливо тих, що використовуються китайською мовою, досі залишаються двома головними проблемами в аналізі громадської думки за допомогою соціальних мереж [166].

Інформація від онлайн-активності користувачів дає змогу зрозуміти тенденції формування великих позаконтекстних структурних компонентів громадської думки. Ними є онлайн та офлайн спільноти. На цій основі доречно ввести мову про традиційну та інноваційну частини громадського спектра в кожному суспільстві. С. Донг та Й. Ліан стверджують, що використання кількох джерел даних, оптимізація налаштувань ключових слів, посилення міждисциплінарної співпраці та приділення більше уваги функціональній ролі соціальних медіа можуть принести користь розвитку аналізу громадської думки на основі соціальних медіа. Це дослідження також підкреслює потенційні ризики оприлюднення особистої інформації громадськості під час використання даних соціальних мереж у дослідженнях [166].

Частина науковців намагається охопити другорядні або непрямі чинники формування громадської думки. Тема середовища формування позицій та думок громадян набуває подальшого поширення. Відповідно з точки зору певної позиції є можливість ідентифікації політичного виміру реакцій та поведінки. Канадійська професорка Ш. Д. Фергюсон підкреслює важливий аспект класичних дебатів щодо того, чи має масова громадськість відігравати роль у справах уряду, які не припиняються, навіть після століть дискусій. У той же час сучасна академічна література додала ще одну тему до дискусії: якщо припустити, що роль, яку потрібно відіграти, є довірою до того, як лідери залучають громадськість? Поки тривають наукові

дебати, політичні лідери розмірковують над дуже прагматичним питанням: як впоратися з наслідками вчорашнього опитування громадської думки та передбачити кризу громадської думки завтра? [169, р.6].

Критичне оцінювання індустрії досліджень громадської думки різними соціальними економічними та політичними суб'єктами призводить до думки про викривлення емпіричної інформації. Особливо це стосується оцінки ролі медіа та перспектив їх застосування з маніпулятивною метою. Так само результати опитувань громадської думки виступають чинником формування її структурних компонентів. Ш. Д. Фергюсон справедливо вказує, що вчені витрачають багато часу на обговорення того, чи мають ЗМІ прямий вплив, непрямий вплив чи взагалі не впливають на аудиторію. Парадигми мислення еволюціонували, щоб врахувати ці дискусії. Однак президенти, прем'єр-міністри та корпорації рідко замислюються над такими питаннями. Вони дотримуються непохитної віри в те, що засоби масової інформації мають потужний непрямий і прямий вплив. Дотримуючись цього переконання, уряди та корпорації платять сотні тисяч доларів на опитування дослідницьких фірм, вони замовляють фокус-групи та встановлюють складні системи моніторингу ЗМІ, призначені для відстеження та аналізу реакції ЗМІ на проблеми організації [169, р.7].

Можливість досягнути співвідношення дослідного інструментарію та результатів наукової розробки вимірюється за допомогою окремих апробаційних процедур. Звідти походить упевненість в надійності запропонованих методичних заходів. Згідно з Ш. Д. Фергюсон, попередні тести зазвичай складаються з інтерв'ю один на один, під час яких дослідники переглядають запитання з респондентами після того, як вони заповнили анкети. Цей процес глибинного інтерв'ю дозволяє дослідникам дізнатися, як суб'єкти інтерпретували запитання, чи були

інструкції зрозумілими та чи відповіді були адекватними. Іноді дослідники розуміють, що респонденти пропустили запитання або відповіли неправильно (наприклад, надавши відсотки, а не вихідні цифри) [169, р.8].

Повертаючись до питання значення даних соціальних мереж щодо структури громадської думки, слід звернути увагу на зростання кількості прикладних досліджень. Фокусування уваги на конкретних мережах дає змогу досягнути лише частину картини уподобань та поведінки громадян. Водночас воно дозволяє виокремити вже досліджений сегмент від раніше не розглянутих. Марко Клашня у розділі своєї монографії розглядає використання сайтів соціальних мереж, таких як Twitter, для вимірювання громадської думки. Спочатку розглядаються можливості та виклики, пов'язані з проведенням опитувань громадської думки з використанням даних соціальних мереж. Обговорюються три проблеми: визначення політичної думки, репрезентативність користувачів соціальних медіа та агрегування індивідуальних відповідей на громадську думку. У розділі монографії М. Клашні окреслено деякі стратегії подолання цих проблем, а також висвітлено деякі нові способи використання соціальних медіа, які мають менше прямих аналогів у традиційній опитувальній роботі. Нарешті, він запропонував нові напрямки для програми досліджень використання соціальних медіа для роботи з громадською думкою [179].

Особливим елементом методології досліджень громадської думки є судження стосовно кризових моментів в розвитку структурних компонентів. В умовах імовірності маніпуляції політично орієнтовані структурні компоненти можуть цілеспрямовано формуватися. Вільна громадськість може бути під впливом конкретних стратегій управління. Згідно з комплексним експертним дослідженням щодо оволодіння прийомами опанування та керівництва громадською думкою, засоби

масової інформації є об'єктом медіа-пропаганди, і те, що ми часто називаємо «керуванням громадською думкою», означає здатність здійснювати ефективний контроль і керівництво контентом, який поширюється, і спрямовувати потік громадської думки. Кожен клас, правляча партія та соціальна група змусить усі типи контролю та керівництва громадською думкою відповідати тому напрямку, якого вони вимагають відповідно до своїх інтересів і волі. У цьому процесі їхній головний обов'язок полягає в тому, щоб оприлюднити основну громадську думку та дозволити основній громадській думці взяти гору над загальною громадською думкою [172].

Ідентифікація позиції тієї або іншої частини громадської думки з політичних питань враховує як суб'єктивні уявлення маси так і діяльність еліт з поширення цих смислів та ідей. Відповідно завданням дослідження є досягнення або прочитання дій суб'єкта інституту в Інтернет-кіберсфері. Крім того важливим є виявлення наслідків подібної діяльності. Експерти з оволодіння прийомами опанування та керівництва громадською думкою стверджують, що маси мають думки та точки зору щодо певних політичних і соціальних питань реального світу, включаючи внутрішню та зовнішню політику країни, ситуацію в роботі уряду та всі види соціальної корупції та соціальних явищ, уряд повинен спочатку відкрити шляхи мови, і заохочувати маси говорити, і як тільки думка мас з'являється, особливо та, яка є у формі громадської думки, яка критикує, тоді уряд повинен розчистити шлях своєчасно, і дозволити йому досягти поширення через звичайні канали. Особливо це відчутно в ситуації, коли сучасна технологія мовлення розвивається та змінюється щодня, а використання Інтернету та інших нових технологій і методів мовлення на високому рівні стає все більш поширеним, стає дедалі складніше ефективно використовувати метод «блокування критики» [172].

«Генеалогія» кризи громадської думки виявляється внаслідок з'ясування важливих та неважливих тез чи позицій в наративах та дискусії влади. Якщо політична еліта має можливість суцільно перетворювати структурні компоненти громадської думки, то існують уявлення щодо корисного та шкідливого її перетворення дискусія триває стосовно того які саме елементи громадської думки слід усунути. Практика оволодіння прийомами опанування та керівництва громадською думкою, відображена в аналітичному проєкті вчить, що по-справжньому ефективним методом є енергійне усунення перешкод, активне керівництво та надання можливості громадській думці, яка є енергійною та вперед, поступово розширювати сферу свого голосу, і особливо це полягає в тому, щоб своєчасно направляти ті гарячі громадські думки, які вже зробили певну сферу впливу в масах на форуми громадської думки, які партія та уряд підтримують і рекламують, оскільки це дозволить їм розвинути в панівну громадську думку. А щодо цих негативних і контрпродуктивних громадських думок, вчені повинні швидко розчистити шлях і дозволити їм зникнути з арени громадської думки, щоб запобігти їх перетворенню в кризу громадської думки та створенню негативного впливу [172].

Сучасні дослідники Інтернет-комунікацій дедалі частіше звертаються до глибинного аналізу політичних наслідків формування громадської думки. Можливості ідентифікувати структуру громадської думки в цілому втрачаються через формальні і неформальні засоби виходу на адресні аудиторії з політичною інформацією від суб'єктів. Тому самі дослідження можуть спричинити наслідки, які не очікувалися через високу транспарентність Інтернету та миттєве поширення інформації. Китайські науковці Л. Ю., Ч. Хуамін, Л. Венкі, Л. Чанг вважають, що традиційна модель аналізу громадської думки більше не підходить, коли Інтернет є основною ареною поширення

інформації. Таким чином, терміново потрібен більш практичний підхід, щоб мати справу з цим динамічним і складним феноменом поширення громадської думки. У розробці китайських науковців стверджується, що «спалах» громадської думки в Інтернеті та його негативні наслідки, такі як виникнення серйозних інцидентів безпеки, є результатом зв'язку та складної взаємодії багатьох факторів [205].

Новітні методи та моделі аналізу громадської думки через її прояви в Інтернет підкреслюють складність процесів, в яких високу велику роль відіграють методико-технологічні обставини. Можна стверджувати, що структурні компоненти громадської думки давно існують поза межами їх фізичних корелятивів. Навіть можна говорити про повну віртуалізацію самовиразу політичних уподобань та поведінки. Л. Ю., Ч. Хуамін, Л. Венкі, Л. Чанг встановили модель застосування методу функціонального резонансного аналізу, яка складається з цих факторів і враховує етапи розповсюдження інформації в мережі, унікальне правило розповсюдження та резонанс текстових настроїв в Інтернеті. Крім того, це перший метод управління громадською думкою, який одночасно підкреслює складну систему, функціональну ідентифікацію та функціональний резонанс. Він пропонує більш ефективний метод скорочення часу розсіювання негативної громадської думки та є значним покращенням порівняно з попередніми моделями прогнозування ризиків [205].

Китайські вчені активно намагаються розробити методику не лише дослідження, але й управління громадською думкою. Резонансні методики вивчають фокусні події та формують рекомендації для їх спеціальної організації. Залучення ресурсів держави для контролю над громадською думкою забезпечує високу репрезентативність та уніфікацію значень компонентів громадської думки. Л. Ю., Ч. Хуамін, Л. Венкі, Л. Чанг базуючись на теорії резонансу та глибокому аналізі, у своєму дослідженні встановили функції резонансу громадської думки,

які дозволили проаналізувати тригери громадської думки та побудувати імітаційну модель для дослідження закономірностей розвитку громадської думки шляхом довгострокового збору даних. Цікавими стали результати моделювання за допомогою методу функціонального резонансного аналізу, які свідчать про те, що резонанс у моделі узгоджується з еволюцією громадської думки в реальних ситуаціях і що компоненти резонансу громадської думки можна розділити на одинадцять суб'єктивних факторів і три об'єктивні фактори. Крім того, управління суб'єктивними факторами може значно прискорити розсіювання негативних думок [205].

Отже, панорама методологічних уявлень щодо перспектив дослідження громадської думки варіюється від традиційних соціологічних замірів та опитувань до високотехнологічних методик збирання даних про поведінку споживачів Інтернет-середовища. На сучасному етапі актуалізується питання управління та цілеспрямованого створення структурних компонентів. Водночас через високу динаміку інформації в Інтернет середовищі досі не існує чіткої відповіді на питання фіксації структурних компонентів політичного характеру.

Таким чином, політичне структурування громадської думки доцільно розглядати як дворівневий процес. Кібернетична парадигма політико-системної комунікації визначає імпульсну реакцію змін політичної поведінки. Її наслідком є поява маніпулятивних стратегій і технологій впливу політичної ситуації на громадську думку. Ідентифікацію структурних компонентів громадської думки доречно здійснювати на основі інституційного аналізу. Динамічний характер ініціативного самоорганізаційного вектору структурування громадської думки можливо відобразити на основі системного підходу та компаративної дослідної перспективи.

Висновки до розділу 1

Враховуючи наведене, характеристика міждисциплінарного дискурсу суспільних наук у галузі стану громадянської думки доводить актуальність наукового пошуку стосовно її структури. Соціологічна акцентуація на соціально-демографічних параметрах відображення політичного процесу в громадській думці відповідає гіпотези щодо синкретизму модерного суспільства. Значущість політико-комунікаційних елементів для структури громадської думки експлікується лінійними міркуваннями згідно відносно світосприйняття соціальних груп (раніше класового). Однак, політична Інтернет-комунікація вносить зміни у вигляді дискретності подієвої акцентуації дисперсності та хаотизації комунікаційних контактів. Відповідно і схема структурування громадської думки набуває іншого характеру. Вона більше фокусується навколо смислів, символів та значень ніж навколо статичних елементів соціальної структури. Психологічна експлікація структури громадської думки доводять, що зміна свідомості індивідів та дрібних груп відбувається на основі специфіки сприйняття аудіовізуального контенту поширення одного через Інтернет. У такому випадку поява структурних елементів громадські думки, які мають значення для політичної поведінки політичного процесу та політичної функціональності (стійкості) формується на основі політичного світосприйняття. Однак саме діджитальне комунікаційне середовище ставить під сумнів масовість та стандартність реакцій на політичні повідомлення. Відповідно структурні компоненти громадської думки стають або надто дрібними або не мають виразної політичної ідентичності, оскільки фіксують надто вузькі емотивні реакції, які мають нестійкий характер. Соціально-філософський фокус громадської думки розкриває судження стосовно ментальних та екзистенційних і епістемічних горизонтів пізнання політичного світу. Він надає уявлення щодо інтелектуального

та раціонально-критичного сприйняття діяльності політичних суб'єктів. Водночас суб'єктність нерефлексивних нерефлексуючих груп в Інтернет-просторі вказує на обмежену придатність філософського підходу як до ідентифікації групових компонентів громадської думки, так і щодо їх динамічної зміни.

Політологічна концептуалізація структури громадської думки виявляє траєкторію просування політичної інформації по каналах діджитальних медіа від акторів конкурентної політики. Однак лінійне бачення, сформоване в рамках доцифрової доби звужує можливості сприйняття деконцентрації, децентралізації мережності політичного спілкування.

Також лінійне системне бачення не охоплює значну кількість проявів структурування громадської думки, які виникають спонтанно на основі новітньої політичної ініціативності індивідів і груп на основі нових постмодерних ознак діджитального політико-комунікаційного середовища. Звідси методологія нашого дослідження розкривається як комплексна системно-синергетична з теоретичними компонентами кібернетичного підходу. Синергетика формує передумови нелінійного бачення структурування громадської думки як динамічного процесу та структури громадської думки як сталого статичного виміру. Синергетична парадигма дає змогу об'єднати дані про маніпулятивно-технологічну перетворювальну діяльність політичних інститутів та акторів з реактивною природою громадсько-політичної самодіяльної активності.

Порівняльний вимір структурних компонентів громадської думки дозволить з'ясувати стан та функціонування групових спільнот, які відображають гетерогенність громадської думки. Системологія політичного світусприйняття, запропонована професором Віталієм Кривошиєним дає змогу виявити змістові аспекти та принципи формування структурних компонентів громадської думки.

Інституційний аналіз в його неоінституційній інтерпретації доречно спрямувати на стан та специфіку інституалізації громадської думки у публічних проявах політичної Інтернет-комунікації.

Таким чином, політичне структурування громадської думки доцільно розглядати на основі виявлення політико-інституційних засад та чинників на макрорівні. Для цього ми спрямовуємо зусилля на виявлення особливостей структурування громадської думки в умовах сталої демократії. Також передбачається з'ясування впливу політико-режимних характеристик сучасних автократій в рамках ідеологічної індоктринації громадської думки засобами інтернет. Важливим елементом є досягнення перехідного стану політичної системи для концептуалізації структурних компонентів громадської думки. Найбільш значний емпіричний матеріал планується залучити в рамках третього розділу роботи, який стосується динамічних процесів видозміни політичної Інтернет-комунікації в сучасній Україні. Його логічним підсумком має бути розгляд засобів протидії деструктивним чинникам структурування громадської думки з боку внутрішніх та зовнішніх політичних акторів.

РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИКО-ІНСТИТУЦІЙНА ОСНОВА СТРУКТУРУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

2. 1. Актори політичної Інтернет-комунікації в країнах сталої демократії

У контексті неоінституційного аналізу політичного Інтернет-середовища сучасної сталої демократії викликають увагу можливості адаптації традиційних політичних інститутів до діджитальних умов функціонування. Відповідь на це питання доповнює розуміння співвідношення кібернетично-управлінських імпульсів керування громадською думкою та її реактивної адаптивності. Означені особливості слід побачити в контексті прагматичних політико-конкурентних взаємодій, які відображають багатоманіття ідейних, ціннісних та функціонально- організаційних засад структурування громадської думки. Контекст сталої демократії важливий для розуміння правил прагматичного та нормативного змісту структурування громадської думки та правил гри політичного змагання.

Політичні інститути в умовах сталої демократії набули значення джерел порядку денного, який консолідує громадську думку. Публічність висловлювання політичних позицій є основою для конкуренції ідей та концепцій, а також відносин партнерства і співпраці між чинниками трансляції інформаційних повідомлень. В таких умовах громадська думка структурується на основі визначених правил гри. Згідно з дослідженням глобальної громадської думки, оскільки в останні роки демократичні країни боролися з економічними, соціальними та геополітичними потрясіннями, майбутнє ліберальної демократії опинилося під питанням. У країнах по всьому світу демократичні норми та громадянські свободи погіршилися, а популісти досягли дивовижного успіху на виборах. Нові демократичні країни зазнали труднощів, у той час як більш усталені, колись впевнені в собі

демократії спіткнулися, оголивши давню слабкість у своїх соціальних структурах та інституційних структурах [171].

Внутрішньополітична структура сталих демократій зазвичай відображає еволюцію інститутів та акторів, які прагнуть реалізувати власні інтереси в умовах визначених правил гри та конвенційних домовленостей. Вказане регулює можливості ресурсозабезпечених акторів та акторів, які неповною мірою можуть реалізувати свої права щодо політичної презентації. Комплексні оцінки глобальної громадської думки наголошують, що частково нинішній момент тривоги щодо ліберальної демократії пов'язаний із розчаруванням у тому, як функціонують демократичні суспільства. Опитування Pew Research Center незмінно показують, що велика частка громадян у багатьох країнах стверджує, що вони незадоволені тим, як працює їхня демократія. І для багатьох це невдоволення призводить до бажання політичних змін. Медіана (середнє значення) 56% у 17 країнах з розвиненою економікою, опитаних у 2021 році, стверджують, що їхня політична система потребує серйозних змін або її повністю реформувати. Приблизно дві третини або більше висловлюють таку думку в Італії, Іспанії, США, Південній Кореї, Греції, Франції, Бельгії та Японії [171].

Інтернет-комунікація виступає викликом для багатьох сучасних демократичних держав. Вона підриває традиційні уявлення стосовно політичною участі. Волевиявлення громадян стає дисперсним та дистанційним. За таких умов доречно вести мову про «діджитальний розлам», який поділяє політично активних громадян та спричиняє існування двох політичних реальностей – традиційної та віртуальної. Вимірювання стану глобальної громадської думки в епоху демократичної тривоги демонструє опитування дослідницького центру Pew у 2017 році. Згідно з ним люди в різних регіонах світу широко схиляються до представницької демократії. Медіана 78% у 38 опитаних

країнах заявила, що «демократична система, де представники, обрані громадянами, вирішують, що стане законом», є дуже або частково хорошим способом управління країною. Більше половини висловили таку думку в кожній опитаній країні. Однак навіть на такому широкому рівні ентузіазм щодо представницької демократії був дещо приглушеним – у середньому лише 33% сказали, що це дуже вірний підхід до управління [171].

Умови сталої демократії формують середовище самоорганізованості структурних компонентів громадськості. На основі цих компонентів формуються компоненти структури громадської думки. Відповідно громадська думка стали демократії – це сукупність компонентів, які отримали публічний вираз як компоненти політичної громадськості. Аналітична розробка «Демократія та громадська думка» наголошує, що громадське судження, навпаки, є особливим типом громадської думки, коли люди ретельно розглядають важливі питання сьогодення, обмірковують ряд точок зору та зважують наслідки політичних приписів. Замість того, щоб висловлювати позиції на голову, публічне судження вимагає від людей знання проблеми та обговорення достоїнств політики, перш ніж прийти до обґрунтованої думки. Наприклад, опитування громадської думки, проведені дослідницьким центром Pew у 2011 році, показують, що громадськість виступає за жорсткіші імміграційні закони та краще забезпечення безпеки на кордоні. Проте, коли люди здійснюють публічне судження та розглядають наслідки імміграційної політики, такі як моральні питання, пов'язані з добробутом дітей нелегальних іммігрантів, вони підтримують більш щедру політику. Громадського судження досягти непросто, але воно є важливою протипоказом домінуванню думок еліти в політичній сфері [165].

Технології аналізу громадської думки розкривають деліберативні засади політичного самовиразу. Можливість політичних інтеракцій під

час обговорень створює особливе середовище довіри та вектор досягнення консенсусної згоди. Тому доцільно звертатися до глибинних основ структурних компонентів громадської думки. Одним з інструментів цього є дорадче опитування – це техніка, яка надає представникам громадськості можливість ретельно обмірковувати питання та їх зв'язок із державною політикою. Він намагається впоратися з тим фактом, що багато людей мало знають про проблеми, оскільки їм бракує часу для отримання інформації. Деліберативне опитування було запроваджено в 1988 році та використовувалося в усьому світі для визначення думки. Центр дорадчої демократії Стенфордського університету застосовує та вивчає використання дорадчого опитування [165].

Концептуальні та прагматичні дискусії в середовищі ліберальної демократії відбувається із залученням вільних медіа. Саме цей контекст створює умови для активного застосування Інтернет-комунікації як структуротворного чинника громадської думки. Сенси структурних компонентів з'ясовується у процедурах «глибинних обговорень» під час соціологічних опитувань. Як демонструє дослідження демократії та громадської думки, спочатку проводиться опитування випадкової репрезентативної вибірки людей щодо їхніх позицій щодо цільових питань. Потім їх збирають разом на кілька днів, щоб детально обговорити певне питання. Учасники отримують матеріали для брифінгу, ведуть діалог з експертами з конкретних тем та обговорюють свої погляди в малих групах під керівництвом навчених модераторів. Обговорення доводяться до широкої громадськості через телевізійні трансляції. Учасників знову опитують після того, як вони обмірковують, щоб визначити, чи змінилися їхні думки [165].

В сучасних сталих демократіях схема формування громадської думки генетично пов'язана з політико-інституційними засадами, які виникли з середини XX століття. Саме в цей період з'являється

опосередкованість спілкування політичних акторів і громадськості за допомогою медіа. Вказана схема ще не має компоненту інтерактивності, який властивий діджитальній добі. Згідно з матеріалами щодо дефініції громадської думки, у сталій демократії загальноприйнятою є ідея, що громадськість, яка має приймати важливі рішення на виборчій урні, повинна бути в курсі популярних проблем. Важливим принципом нашої урядової системи є також те, що державну політику визначають люди. Народний контроль над законодавчими органами, над виконавчою владою, над внутрішньою та зовнішньою політикою є основною ідеєю нашого політичного суспільства. Народ – джерело влади. Тому їхні думки повинні формувати дії уряду [171].

Проте ретроспектива стану громадської думки з середини ХХ століття дозволяє побачити базові елементи політичного самовиразу та наявність самовідтворення й автономії політичних позицій. Це дуже важливий елемент, який дозволяє говорити про автохтонність структурних компонентів громадської думки. Також цей досвід вказує на необхідність компетенцій політичних та громадських суджень. За цифрової доби ці компетенції є ще більш важливими. Згідно з дослідженням «Чи важливо знати громадську думку», «подібним чином опитування намагалися з'ясувати, наскільки люди мають інформацію про суспільні справи. На початку 1945 року опитування Геллапа привернуло увагу до браку знань серед американських виборців про державний механізм. Результати показали прогалину в знаннях громадськості про уряд, яку можуть заповнити інформаційні агентства, які охоплюють людей країни. Лише 38 відсотків опитаних по всій країні знали тривалість обраного терміну перебування представника в Конгресі, і лише 30 відсотків знали, скільки платять конгресменові» [171].

Психологічні кореляти політичного самовиразу громадян також розкривають широку панораму траєкторії формування структурних

компонентів громадської думки. Стала демократія відкриває можливості висловлювань для осіб з найрізноманітнішим емоційним станом. Відповідно фільтрація висловлювань та позицій не здійснюється і далеко не всі позиції висловлення слід вважати розумними та релевантними. Це дещо ускладнює типологізацію структурних компонентів громадської думки. Як вважає Рудольф Томас, на додаток до аналізу політичних поглядів, висловлених власноруч, дослідники громадської думки глибоко піклуються про психологічні процеси, що лежать в основі формування думки. Вони прагнуть краще зрозуміти психологію того, як громадяни обробляють політичну інформацію та чи відображають висловлені ними думки справжні погляди чи політичні упередження. У літературі підкреслюється важливість як когнітивних, так і емоційних міркувань під час формування думки [192].

Вимоги до політичної спроможності громадян стали засобом, який дозволяє дослідникам та експертам орієнтуватися в процесах структуротворення. Є можливість не враховувати невалідну громадську думку, а також обмежити варті уваги висловлювання та позиції. Проте віртуальний «ценз розумності» не дозволяє охопити всю вибірку громадян. Томас Рудольф вказує на «нормативне занепокоєння» щодо того, чи відповідають пересічні громадяни вимогам демократичного громадянства. Воно, як вважає науковець, породило численні емпіричні дослідження компетентності громадян та їх відданості основним демократичним цінностям. Особливий наголос був зроблений на вимірюванні, оцінці та наслідках рівня політичних знань у масовій громадськості. Дослідження політичної толерантності також займає важливе місце, оскільки дослідники аналізують готовність громадян поширювати основні права та свободи на групи, які їм не подобаються [192].

Прикладні аспекти функціонування громадської думки сталої демократії стосуються взаємодії політичних інститутів та громадськості. Управлінський процес вимагає узгоджень із стекхолдерами. Відповідно деліберація є не лише можливістю, але й обов'язком активних громадян. П.Бурштейн досить доречно оцінює дебати про вплив громадської думки на державну політику в сталих демократіях, як такі, що організовуються навколо «треба» та «є». Майже всі погоджуються з тим, що в умовах демократії на державну політику має сильно впливати громадська думка. Але існує багато розбіжностей щодо того, наскільки сильним є ефект. Чи є він таким сильним, як має бути, тобто демократичний політичний процес працює добре? Або він набагато слабший, тобто демократичний політичний процес працює погано?» [161].

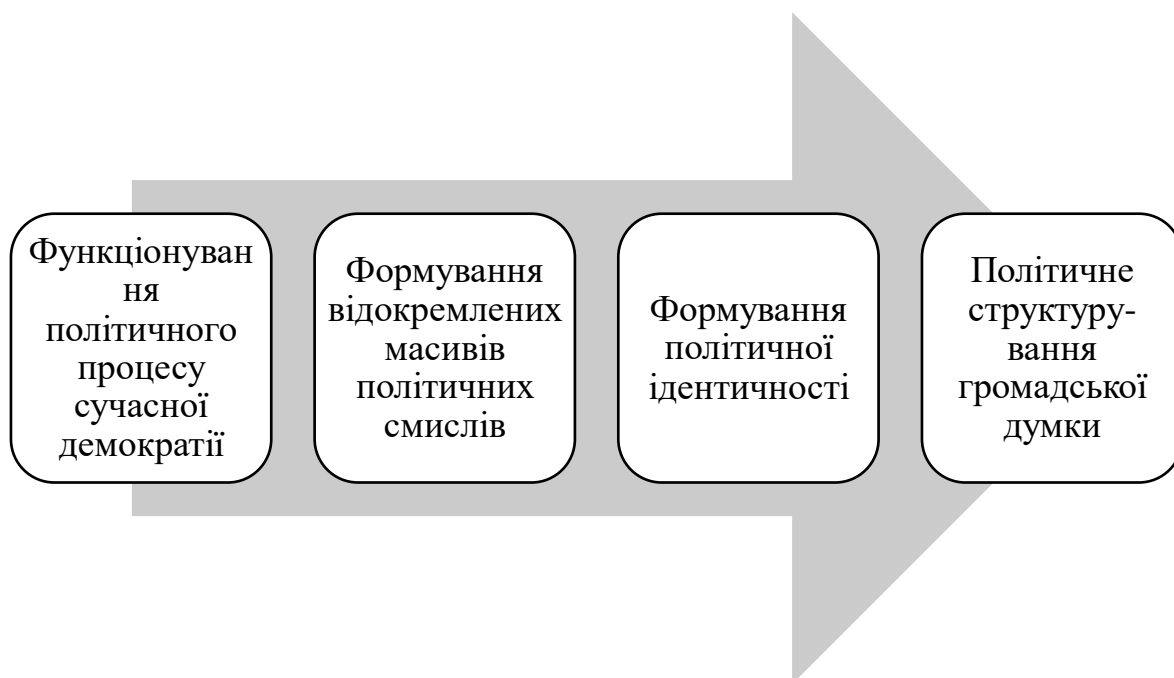
Надзвичайно цікавим елементом уявлень щодо структуротворення громадської думки в умовах сталої демократії є сприйняття громадянами самої системи демократичного ладу. Ідеться про сприйняття демократії як спроможної вирішити питання громадян. Сучасні дослідження фіксують, що навіть в умовах держав загального добробуту збільшується частка невдоволених, які можуть висловити свою позицію. Ш. П. Сінгх та М. Квінтон у своїй роботі вимірюють задоволеність демократією (SWD). Цей індекс є однією з найбільш часто досліджуваних тем у сфері політичної поведінки та громадської думки. Вимірюваний за допомогою запитання опитування, у якому респондентів запитували, чи задоволені вони тим, як працює демократія, SWD було представлено як незалежна чи залежна змінна у понад 400 публікаціях. У цьому синтезі ми розглядаємо еволюцію та висновки цієї майже 50-річної літератури, визначаючи прогалини та розбіжності. Ш. П. Сінгх та М. Квінтон приділяють особливу увагу питанням вимірювання та концептуалізації, методології дослідження та важливості в реальному світі. Ш. П. Сінгх та М. Квінтон висвітлили

критичні сфери майбутніх досліджень, включаючи продовження дослідження вимірювання SWD і того, що охоплює це питання, більш якісну та (квазі)експериментальну роботу, більшу увагу до емоцій і крайнього (не)задоволення, а також ширше географічне охоплення [196, р.187].

Одним з конститутивних елементів сталої або консолідованої демократії є прямий самовираз політичної позиції. Пряма або плебісцитарна демократія створює можливості для самореалізації найрізноманітніших ідей та думок. При цьому маніпулятивний вплив політичних акторів не є всеосяжним, оскільки існує низова політична альтернатива або суб'єктивна позиція індивідів або дрібних груп. Як слушно підкреслюють Р. Дж.Далтон, Вільгельм Бюрклін та Е. Драммонд, одним із найпоширеніших закидів прямої демократії було те, що вона не може ефективно функціонувати у великих державах. У цих випадках партійний уряд оптимізує процес прийняття рішень, що неминуче призводить до системи представницького правління. Щоб протидіяти негативним сторонам, пов'язаним із представницьким правлінням, таким як централізація повноважень приймати рішення в елітах, цей процес може бути змінений за допомогою таких заходів, як обмеження повноважень і принципи ротації [163, р. 142].

Наведене вище дозволяє викласти у загальному, концептуально-схематичному вигляді політичне структурування громадської думки як аутогенний, самоідворюваний процес.

Схема 1. Процес політичного структурування громадської думки



Можливості громадянського залучення як чинника трансформації демократії на консолідовану або сталу проявляється якраз в умовах цифрового комунікаційного середовища. Якщо за доцифрової доби громадяни як продуценти політичної волі й інформації були опосередковані політичними інститутами, то на сучасному етапі в демократичних країнах громадська думка може розглядатися як «механічна сукупність» висловлювань якомога ширшого кола громадян. Ці висловлювання представлені в анонімному або авторизованому вигляді. В Інтернет-середовищі вони піддаються фіксації, аналізу та систематизації. На думку Р. Дж.Далтона, В. Бюркліна та Е. Драммонда, теза «нової політики» також має на увазі, що підтримка прямої демократії має бути більшою серед освіченіших і політично досвідчених людей. Ті, хто володіє політичними навичками та ресурсами, які дозволяють їм справлятися зі складністю політики, можуть бажати більшої політичної ролі в демократичному процесі.

Крім того, німецькі університети виховали підтримку Зелених і партисипативну політику протягом минулого покоління, а краще освічена молодь є основним осередком для Зелених і їхніх закликів до базової демократії [163, р. 147].

Отже, порядок денний з розвитку громадської думки в умовах в умовах сталої демократії доводить, що цифрове комунікаційне середовище спирається на демократичні традиції та прагматичні потреби волевиявлення. Ці два компоненти взаємодіють з порядком денним, який формується політичними акторами. Також самоорганізоване та самовідтворюване структурування громадської думки базується на поведінкових патернах, які дозволяють громадянам реалізовувати свої інтереси. Сучасний світ демонструє масштабні процеси структурування громадської думки на основі засобів політичної Інтернет-комунікації. Політичний вимір цих процесів потребує ретельного аналізу, оскільки стан громадської думки вже не повною мірою може бути діагностований традиційними засобами соціологічних досліджень. В умовах загроз, спричинених пандемією COVID-19 та наслідками російсько-української війни, громадська думка не виступає як єдиний, досяжний для спостереження «субстрат». Вона є сукупністю різних положень і переконань та «фокусів» виразу політичної ідентичності.

Публічна самопрезентація міноритарних груп та індивідів в Інтернет-середовищі ставить під сумнів здатність функціонування громадськості як збалансованої спільноти, об'єднаної демократичними цінностями. Політичний радикалізм і «нестримні політичні настрої» та реакції на політичні події проблематизують традиційні уявлення про джерела виховання та сучасний стан громадської думки.

Викладений концепт більше не позначає сукупність позицій, які відображають помірковані та «пересічні» погляди. Відбувається змагання за увагу більшості на основі політичних цифрових хепенінгів.

Також мають місце численні маніпулятивні акти впливу на свідомість громадян на основі менеджменту подій та штучного формування порядку денного.

Наведені обставини виступають одночасно викликами та можливостями для розуміння як структури демократичної громадськості, так і структури громадської думки та їх подальшої еволюції. В умовах російсько-української війни відомості про структуру громадської думки можуть справити істотний вплив на розробку адаптивних стратегій протидії ворожим маніпуляціям та застосування комунікаційних кампаній просування проукраїнських позицій.

Вихідні позиції та можливості проукраїнського структуротворення громадської думки підтверджують українські наукові публікації. Специфіка сучасної Інтернет-комунікації цікавить значну кількість вітчизняних науковців. Зокрема, П.Фролов розкриває феномен «консолідованої громадської думки» на основі операціоналізації поняття (Фролов, 2014) [142], В.Торяник представив громадську думку та політичну ментальність як компоненти політичної культури суспільства (Торяник, 2013) [132], Т.Петрушина аналізує громадську думку щодо ролі науки в українському суспільстві (Петрушина, Соболева, Чепурко, 2016) [101], В.Нестерович репрезентує генезис наукової думки щодо розуміння конституційно-правових засад впливу громадськості на прийняття нормативно-правових актів (Нестерович, 2016) [88], Л. Балуцька з'ясовує значення громадської думки як складової процесу інституціалізації демократії в сучасній Україні (Балуцька, 2012) [3].

Для нашої роботи велике значення має встановлення викликів діджиталізації для структури сучасної громадської думки. У зв'язку з цим доречно зосередитися на ідентифікації основних напрямків

оновлення уявлень щодо стану статусу та структури громадської думки в умовах Інтернет-середовища.

Політична комунікація визначається як повсюдна трансформація поглядів політичного світу. Отже, публічна громадська думка стала відображенням того, що в суспільстві поширюють політичні суб'єкти. Також слід звернути увагу на те, що громадська думка може впливати на реакцію людей у формі «партиципаторного» сприйняття майже виключно до суспільної, загальнопоширеної інформації. Зрештою, це може не бути фундаментальним аспектом політичної реальності. Український політолог К. Лукач вірно зауважує, що сьогодні майже «усі політичні, політичні партії й суспільні організації мають свої власні інтереси в суспільних мережах, щоб об'єднатися (політичні еліти – громадськість), або комунікації в обидва напрямки (між політичними акторами загалом та публікою, політичними діячами та громадськістю тощо)» [76, с.135].

Інтерактивність сприйняття політичної інформації робить її децентралізованою та конкурентною. За таких обставин громадська настроєність базується не тільки на поняттях і агресіях інтересів, а й на інших факторах: субкультурному, емоційному почутті, простоті та візуальному об'єктивному поясненні інформації (про це зокрема, говорить Балущька). Як було встановлено фахівцями, досить проблемною є кореляція між традиційними політичними структурами та подіями, які відбуваються з громадською думкою (на відміну від змісту політичних телевізійних програм, радіо та газет). К. Лукач слушно зазначила, що «депутатський копус, міністри та президенти, постачають через Інтернет-медіа матеріали, спеціально створені для маніпулятивної діяльності, який може бути безпідставним. Для того щоб уникнути впливу маніпулятивних кампаній, громадянам слід вивчати медійне програмне забезпечення, перевіряти та критично розуміти політичну інформацію» [76, с. 137].

Питання співвідношення традиційних та новітніх засобів впливу на громадську думку та її структурування значно ускладнюється. Внаслідок багатоманітності засобів поширення політичної інформації відбувається поєднання традиційних і діджитальних медіа в інституційному контексті (див.: Засадко, Лиска). Відповідно структура громадської думки отримує різні рівні формування-агрегування, які не завжди пов'язані між собою. Цим користуються суб'єкти політичного маніпулювання. За справедливими словами К. Лукач, «політичні фахівці-експерти вважають, що мас-медіа мережі Інтернет представляють політичних кандидатів і що для проведення політичної кампанії не достатньо просто користуватись звичайним медіа (як – от: телебаченням чи радіо). Для більшої кількості людей, які голосують, політика переходить в Інтернет, щоб якомога швидше та ефективно контролювати політичні зв'язки» [76, с. 137].

Особливим контекстом у сучасному суспільстві є співпраця з інститутами влади та громадськістю в Інтернеті. Рекомендація урядових методів на основі технічних новинок вимагає, щоб громадськість формувала нові методи перевірки та контрольні заходи. Цифровізація сприяє прозорливості та демонстрації повної інформації про те, як влада діє в демократичному світі. Водночас вона вимагає від публічних політичних гравців нових навичок і навичок, які дозволяють громадському контролю над цифровою нерівністю (про це. Зокрема, зазначав Кудрявцев). За словами К. Лукач, «уряд в мережі Інтернет (електронне урядування) підтримує такі основні принципи демократії, як плюралізація, публічність, відкритість рівність і самостійний громадський контроль над державними структурами; дозволяє спілкуватися між політичними елітами, громадянами і НУО. Електронне урядування забезпечує подвійний контакт між органами влади й учасниками голосування, а також суспільством, яке легітимізує державне управління. Воно надає можливість спілкуватися між

політичними акторами та інституціями, які не мають нічого спільного між собою (за відсутності персоніфікації та в умовах анонімності)» [76, с.138]. Варто визнати, що електронний урядовий політичний менеджмент, справляє позитивний вплив на політичну систему, усуваючи можливості корупції.

Громадська думка про цифрові засоби та технічні новинки призвела до того, що громадські посади та інші політичні вимоги були спотворені. Навіть в умовах розвиненої (сталої) демократії, існують усталені техніки, або маніпулятивні прийоми, завдяки яким громадяни-виборці мусять змінювати свої політичні переконання. Тому громадська думка може бути гіпотетично поділеною на «штучно сформовану шляхом маніпуляції» і «орієнтовану на політичну активність». Різниця між ними досить умовна. Це особливо добре видно з кейсів з розбудови системи цифрової дипломатії. За словами вітчизняного автора І. Тихоненко, «в американському онлайновому середовищі публічної дипломатії є велика можливість вперше колонізувати зміст інформаційної пропаганди: всесвітня мережа дозволяє змінювати не лише літературу та інформацію на відповідні теми, але й забезпечувати організацію діалогу, спрямуванні її у певному напрямку і поділ громадського мислення. Крім того, активна робота американського уряду в середовищі соціальних мереж дає можливість контролювати групи молодих людей, які стають протестуючими і безпосередньо підтримувати з ними у час реального життя» [130, с. 87].

Сучасні електронні засоби поширюють пропаганду, а це також забезпечує гнучкість національних сил та політичних елементів у новій політико-технологічній системі. Особливо це видно в сфері, пов'язаній з політикою непропорційної необережної політики інформаційної інфляції (див.: В. Панченко [99]). Використовування політико-комунікаційних маніпуляцій є успішним і дуже поширеним. За таких

обставин громадськість та її думка вже не є результатом агрегації інтересів і поширення позицій соціальних груп, як це мало місце за «доцифрової» доби. Вбудовані компоненти структури мають значення тільки в контексті громадських повідомлень та відповідності їх положення в медійному порядку денному. І, за словами І. Тихоненко, активну участь у нових мережах, соціальних мережах і блогах, що розвиваються, підтверджується аналізом повідомлень мережи «Твіттер», які поширювалися колишнім президентом Сполучених Штатів Америки, Д. Трампом. Для цього «деякі висловлювання президента США в соціальній мережі швидко поширюються в різних напрямках міжнародної спільноти, встановлених Організацією Об'єднаних Націй, і водночас привертає увагу світової громади до Америки. Отже, використання цифрової дипломатії та ідеології має більше переваги, ніж є помилковим. Завдяки цьому країна на міжнародному етапі має достатньо великий вплив, аби відновити національний інтерес в умовах сучасної глобалізації» [130, с. 88]. Це формує ситуацію «заплутаності», «непевності» представництва громадських позиції та політичних альтернатив.

Цілеспрямована політико-технологічна зміна «природної» або «архаїчної» структури громадського мислення, яка спершу зосереджувалась на тому, щоб представляти соціальні інтереси, поставила під загрозу широкомасштабне порушення принципів політичного конкуренції. Це також становить загрозу фундаментальним цінностям демократичного ладу, правам на свободу слова й особистості тощо. Згідно з українською дослідницею О. Березовською-Чміль, «найпомітнішим наслідком цифрової авторитаризації може бути ретельне дослідження діяльності всіх громадян, щоб попередити протестний дух, прикриття влади, заперечення ілюзії, маніпуляції спільною свідомістю. За таких обставин реальність стане порушенням прав людини та її свобод. По

суті, суспільство перебуває в небезпеці перетворення на контрольовану біомасу. Воно перебуває під владою еліт, озброєних цифровими засобами спостереження за поведінкою. Основні політичні цінності демократії, якими є багатоманітність, свободь волі, солдарності, рівноправ'я, братерства, терпимості, підтримки людей, невідчужуваності природних прав і майна можуть зазнати скасування» [6, с. 100].

Сьогоднішні політичні актори підтримують їхню політичну позицію з технічною організацією поширення політичних Інтернет-послань. За таких обставин неурядова (опозиційна, альтернативна) преса стала предметом маніпуляції політичних інституцій та політичних гравців (головним чином під час воєнних дій – див.: О. Семенець [118]). Це одна з причин, чому з'являється ситуація заохочування маніпулювати громадянами на новому рівні. Лише незначна частина небажаних або вільних засобів масової інформації створює альтернативи політичному імітаційному інформуванню. Особливо це видно під час російської агресії проти України. Н. Стебліна переконливо вказує на те, що становище, яке вони займають у пресі, це «великий привілей, який мають у цифровому середовищі обговорень статусу політичних акторів. А втім, інформаційний шум часто «вбиває» людей через те, що вони мають переваги запозичень з публікацій електронних мас-медіа. Лише в момент таких великих подій, як Азовська криза, або Об'єднання кафедральних соборів, існує перша (справжня, реальна) мета, завдяки якій можна будувати порядок денний» [125, с. 183].

Коли ми усвідомлюємо цінність усіх цифрових засобів масової інформації, це сприяє появі структури громадської думки на основі інформаційного каналу. «Фізичні» суспільні групи й спільноти замінюють аудиторії, які є носіями цифрової політичної інформації (суджень, переконань) і діють незалежно одні від одних. Внаслідок

цього виникла проблема у створенні інтегральної громадської точки зору, яка формується як суміш різних ступенів розуміння політичної дійсності і виразів політичних альтернатив. Н. Стебліна вірно висвітлює проблему соціальних мереж, не помічаючи максимальної ваги на диску, і напряду, щоб бути присутнім на цьому каналі зв'язку. Крім того, використання соціальних мереж як каналу не вказує на перевагу в дискусіях нестатусних політичних гравців » [125, с. 183].

Діджиталізія політико-комунікаційного простору означає вплив штучного інтелекту на розвиток мережових структур політичного інформування. Це замінює реальних політичних акторів на «електронних поширювачів» («ре-трансляторів») політичних ідей та пропозицій, які пропонуються в «комп'ютерних мережах». До політико-маніпулятивного середовища залучені не тільки члени суспільства, а й «дискретна держава» (електронний уряд), про що зазначали українські дослідники політичної культури (див.: С.Дембіцький [23]). Згідно з українською вченою Ю. Лісовською, слід окремо відзначити ентропійний характер конвергенції як впливу на дифузії державної влади від атомарного рівня до рівня «системи мислення як стратегічної перспективи для якісного зростання технічних можливостей для самовизначення та саморегуляції в людському розвитку окремих індивідів та суспільства в цілому» [75, с. 352].

Глобальна та всеосяжна цифровізація спричиняє новий горизонт планування комунікаційної політики. Стратегічне мислення у цифровому середовищі означає передбачення появи маніпулятивних подій та псевдоподій, а також керування порядком денним. У цій ситуації громадська думка не може розглядатися як цілісне, позатехнологічне (фізичне, матеріальне) утворення. Вона стає продуктом цифрової системи трансляції політичних послань-медіаматеріалів. Згідно зі справедливою позицією Ю. Лісовської,

«сучасна доба унікального перетворення основних засад ментального та фізичного життя людини, що будується справжньою силою, дає можливість відкрити новий онтологічний, гносеологічний та аксіологічний вимір, який надає інноваційна форма кібернетичної органічної комунікації доби в сучасних умовах» [75, с. 352]. Відповідно, перебування в медійному порядку денному для політичних новин – це без перебільшення питання виживання (de León, 2023[162]).

Отже, сучасна громадська думка в умовах діджиталізації перебуває під тиском комунікаційно-технологічних перетворень політичних смислів. Традиційні інститути та актори усуваються з політико-комунікаційної арени. Як наслідок, громадська думка втрачає автономію та внутрішні причини функціонування. Відбувається її дезінтеграція та заміна на цифрові «ерзаци».

Отже, процес маніпулятивної регуляції створює проблему симулякрів у політичній мережі. Постійне зростання кількості псевдоновин, фейків і міфів, які створюють засоби масової інформації Інтернет породжує симуляційну політичну систему. Вона має усі ознаки вигадкування та спотворення політичної інформації. Це досить проблемне середовище для традиційної структури громадської думки, оскільки традиційні демократичні кола повинні реагувати на фіктивні підтасовки влади та конкурентних політичних акторів. У результаті цього відбувається радикальна поляризація ідейно-політичних позицій, яка виявляється в Інтернет-коментарях та інших відгуках на важливі моменти порядку.

Через подібні ситуації, пов'язані з структурою громадського переконання, соціальні гравці «переобтяжуються» псевдозалежними акторами і не звертають уваги на справді важливі справи та потреби суспільства. Медіаполітика сучасних країн і політичних гравців характеризується застосуванням технологій адресно спрямованої Інтернет-реклами, завдяки якій глядачі можуть привернути увагу до

подій, котрі, здається, мають широке соціальне значення. Натомість вони є ініційованими, аби поширюватися з метою обслуговування інтересів політичних та фінансово-промислових груп. Через те, що власники засобів масової інформації не використовують традиційних соціальних діагностичних методів вимірювання стану громадської думки, горизонт соціального та політичного прогнозування значно звужується. Це видно з того, що практики SMM-просування меседжів, які входять до політичного Інтернет-сектора, зазвичай збирають точні дані і керують стратегіями кампаній Інтернет-маніпуляцій. Спроби виявити такі кампанії на основі діяльності демократичної громадськості, а також вимоги розкрити справжній зміст політичної комунікації влади і суспільства не приносять бажаного результату.

Також перед громадською діяльністю потрібно ставити завдання постійної перевірки подій та політичних «імітаторів» і інформувати суспільство про спотворювальні (дезінформаційні) кампанії. У той же самий час, асиметричні відповіді на електронні виклики повинні завжди бути на в арсеналі соціальної та політичної Інтернет-діяльності, які доводять правдивість інформації громадських суб'єктів, лідерів громадського мислення, що не є певними політичними силами. Під час російсько-української війни необхідно створити цифрові ресурси для формування полюсів «політичної правди» та здійснювати перевірку політичної інформації, викривати псевдо-події, маніпуляційні акції тощо. Крім того, у час, мають формуватися заходи, які сприяють поширенню законного, інформаційного полів. Прийнятні небезпеки, пов'язані з виявленням чутних даних та маніпуляції, повинні бути надійними у запобіганні сучасним політичним Інтернет-«маніпуляторам» громадською думкою. У аналізі цього питання доцільно докладати зусилля, щодо з'ясування обсягів фіктивної політичної інформації.

Отже, умови сталої демократії створюють середовище політичної Інтернет-комунікації, в якому діяльність акторів та інститутів підпорядкована системі стримувань і противаг, неформальних домовленостей та практик. Ці умови стимулюють самоорганізацію політичних Інтернет-спільнот, які відображають наявні компоненти структури громадської думки. Маніпулятивна комунікація в умовах Інтернет є вірогідною (щонайменше) у той же мірі, як статистично вірогідною є вільна та аргументована політична деліберация. Ці обставини підтверджують гіпотезу про гетерогенність та багатовимірність політичного структурування громадської думки.

2.2. Пропагандистська ідеологічна індоктринація громадської думки в сучасних автократіях

Сучасні Інтернет-джерела вказують на активне застосування пропагандистських наративів у контенті державних медіа автократичних держав. Осмислення масивів упередженої та однобічної інформації в контексті функціонування громадської думки вимагає уваги як до інституційних чинників, так і до процесів політичного світосприйняття. В умовах контролю над політичним сегментом суспільства з боку авторитарної влади необхідно звернути увагу на пристосування громадської думки до владного дискурсу та смислових тенденцій контрольованого порядку денного.

Умови автократії формують специфічні обставини та середовище функціонування громадської думки. На відміну від сталої демократії, автократичні режими в умовах діджиталізації реалізують сценарії контрольованого структуроутворення громадської думки. При цьому індоктринація пропагандистських ідеологічних положень до світоглядного загалу здійснюється на основі інтерпретації поширених понять. До них зокрема можуть належати і демократія і народовладдя. Нігерійський дослідник О. Чуквумека вважає, що демократія дозволяє більш широкую та широкую участь населення в управлінні, ніж

авторитарні режими. З цього випливає, що демократія збільшить вплив громадської думки на процес формування зовнішньої політики націй. Зважаючи на це, громадська думка як чинник у процесі прийняття державних рішень стала сучасною демократичним режимам, тому існує загальне уявлення про те, що автократичні режими діють незалежно від громадської думки у прийнятті зовнішньополітичних рішень»[162].

Сучасні автократії охоплюють країни, в яких верховна влада належить особам або групам осіб, які отримали її за межами конкурентного політичного процесу. Зовнішні атрибути республіканізму та демократії слугують для легітимації режиму. Відповідно громадська думка до автократичного періоду має сприйняти нові реалії. В умовах функціонування авторитарних та тоталітарних режимів індоктринації громадської думки розкривається на тлі діяльності офіційних медіа. О.Чуквумека наголошує, що використання громадської думки як виразу народної думки суперечить усталеним уявленням, встановлюючи, що недемократичні (військові) режими можуть піддаватися громадській думці під час прийняття зовнішньополітичних рішень. Це підтверджується на основі контент-аналізу вибраних нігерійських газет, які використовують рішення військового режиму Бабангіді про позику МВФ як тематичне дослідження та стверджує, що недемократичні режими можуть претендувати на публічну дипломатію. Більше того, оскільки докази в дослідженні О. Чуквумеки не показують, що демократичні режими в Нігерії обов'язково посилили вплив громадської думки на прийняття зовнішньополітичних рішень, він стверджує, що маніфест демократичного духу, такий як народна дипломатія в зовнішньополітичних рішеннях урядів, виробництво не обов'язково буде типом режиму продукту [162].

Протистояння демократії та автократії проявляється у різних підходах до структурування громадської думки. В умовах демократії як

вже з'ясувалося воно здійснюється на засадах самоорганізації та визначених правил гри. В умовах автократії відбувається довільне маніпулювання свідомістю громадян на основі прямого директивного примусу та безальтернативного змісту політичних послань. М. С. Белл і К. Квек вірно вказують, що поява поняття «демократичного миру» – закономірність того, що демократії рідко (якщо взагалі взагалі) воюють з іншими демократіями, але воюють з недемократичними — є одним із найвідоміших висновків у галузі міжнародних відносин. Однак немає згоди щодо механізму, який лежить в основі демократичного миру. Нещодавно вчені показали, що масова громадськість у ліберальних демократіях менш підтримує використання військової сили проти інших демократій. Цей висновок був взятий на підтримку ідеї про те, що зміст громадської думки може забезпечити один із механізмів, який підтримує демократичний мир» [160, р. 227].

В умовах низки автократичних країн Інтернет-комунікація дозволяє посилювати владний контроль над політичною інформацією. Внаслідок цього виникає моноструктурна конфігурація громадської думки, яка повністю підпорядкована керівним імпульсам влади. Розглядаючи кейс сучасного Китаю, можна уявити, що масштаб перетворювального впливу громадської думки є всеосяжним. М. С. Белл і К. Квек, використовуючи широкомасштабний опитувальний експеримент, доводять, що масова громадськість в авторитарному режимі – Китаї – демонструє таке ж небажання застосовувати силу проти демократій, як і в західних демократіях. Висновки науковців розширюють емпіричні рамки твердження про те, що масова громадськість не бажає застосовувати силу проти демократії, але змушує нас переосмислити, як громадська думка діє як причинно-наслідковий механізм, що лежить в основі демократичного миру [160, р.227].

Автократична індокринація громадської думки здійснюється не лише засобами прямого примусу та директивного управління. За висновками сучасних науковців, автократичні режими намагається переконати підконтрольне населення в справедливості ідеологічних положень або прагматичних політичних суджень авторитарних керманичів. У цьому контексті заслуговує на увагу інформаційна теорія автократії, яку розробляють С. Гур'єв та Д. Трейсман вірно наголошують, що сучасні диктатори виживають не за допомогою сили чи ідеології, а тому, що вони переконують громадськість – справедливо чи неправомірно – у своїй компетентності. Громадяни не спостерігають за типом лідера, а роблять висновок про це за сигналами в їхньому рівні життя, державній пропаганді та повідомленнях, які надсилає поінформована еліта через незалежні ЗМІ. Якщо громадяни вважають лідера некомпетентним, вони його скидають [173, р.104].

Інтернет-комунікація формує нову реальність, в якій автократія значно посилює свій контроль над громадською думкою. Вона універсалізує свої пропагандистські положення та швидко доносить їх до адресатів. Відповідно високотехнологічні засоби впливу через Інтернет випереджають формування будь-яких спроб організації опозиції або політичної альтернативи. Інтернет-комунікація дозволяє автократіям формувати свій свою картину світу щодо всіх або в більшості аспектів життєдіяльності суспільства. Згідно з досвідом сучасних автократій, диктатор може інвестувати в переконливу державну пропаганду, цензуру незалежних ЗМІ, кооптацію еліти або оснащення поліції для придушення спроб повстань, але він повинен фінансувати такі витрати за рахунок суспільного споживання. С. Гур'єв та Д. Трейсман зважено аргументують, що інформаційні автократії переважають над диктатурами старого стилю, відверто насильницькими, коли поінформована еліта достатньо велика, але замінюються демократіями, коли еліти занадто численні, щоб їх можна

було підкупити чи цензурувати. Теорія дає розуміння різноманітних м'яких авторитарних режимів у всьому світі та пропонує логіку модернізації, що стоїть за останніми глобальними політичними тенденціями, стверджують С. Гур'єв та Д. Трейсман [173, р.104].

Безальтернативність автократично-владної Інтернет-комунікації позбавляє шансів на формування незалежних громадських груп. У цих умовах основними структурними елементами громадської думки слід вважати офіційні або провладні структурні компоненти, а також нелегальні дисидентські та опозиційні мікрогрупи, які гіпотетично існують на основі індивідуальної прихованої незгоди з правлячим курсом. Згідно з позицією С. Гур'єва та Д. Трейсмана, актуальним є питання, наскільки безідейним, м'якшим автократам вдається утримувати владу, не користуючись методами своїх попередників? Вчені стверджують, що їхній секрет полягає в контролі інформації. Замість того, щоб ізолювати свої країни, нав'язувати ідеологію чи тероризувати громадян, такі лідери досягають багатьох тих самих цілей, маніпулюючи громадською думкою. За допомогою цензурованих або кооптованих ЗМІ вони переконують громадян у своїй компетентності та доброзичливості; їх легітимність базується на популярності, а не на страху [173, р. 104].

Інтернет-комунікація в автократичних країнах заступає місце силового контролю над суспільством, який мав місце в двоцифрову добу. Варіативність та креативність цифрових повідомлень та мереж дозволяє задовольнити більшість потреб в інформації. Проте деякі автократії існують в умовах неповного контролю Інтернет-простору, залишаючи невеликі «шпарини» для невігідного порівняння та фіксації порушників. Згідно з позицією С. Гур'єва та Д. Трейсмана, на відміну від більшості колишніх диктаторів, більшість сучасних недемократичних лідерів більше не покладаються на масові репресії. Натомість вони маніпулюють інформацією. Кооптуючи або

цензуруючи еліти та використовуючи пропаганду для підвищення своєї популярності серед звичайних громадян, вони здатні усунути обмеження своєї влади, вдаючи, що вони демократичні. Ця нова модель авторитарного правління може вижити у світі міжнародної відкритості та ринкових сил [173, p.104].

Масштаби автократичного контролю над громадською думкою є вражаючими з огляду на статистику населення земної кулі. Парадоксально, але більшість мешканців планети перебувають під контролем тих чи інших автократичних політичних структур. Відповідно автократична індоктринація громадської думки є швидше нормою, ніж виключенням. Просування демократії як альтернативного політичного ладу в умовах контролю автократів за медіапростором є надзвичайно важкою справою. Як наголошує іспанська дослідниця Лала Мурадова, великі міжнародні події останніх років приголомшили багато демократій до невтішного визнання того, що саме існування автократій за кордоном може мати негативні наслідки для їх внутрішньої політики. За даними Freedom House, станом на 2016 рік лише 40 відсотків населення світу проживало у повністю вільних країнах, незважаючи на великі кошти та зусилля, витрачені провідними світовими демократіями та міжнародними організаціями на просування демократії та захист прав людини у їхній зовнішній політиці [183].

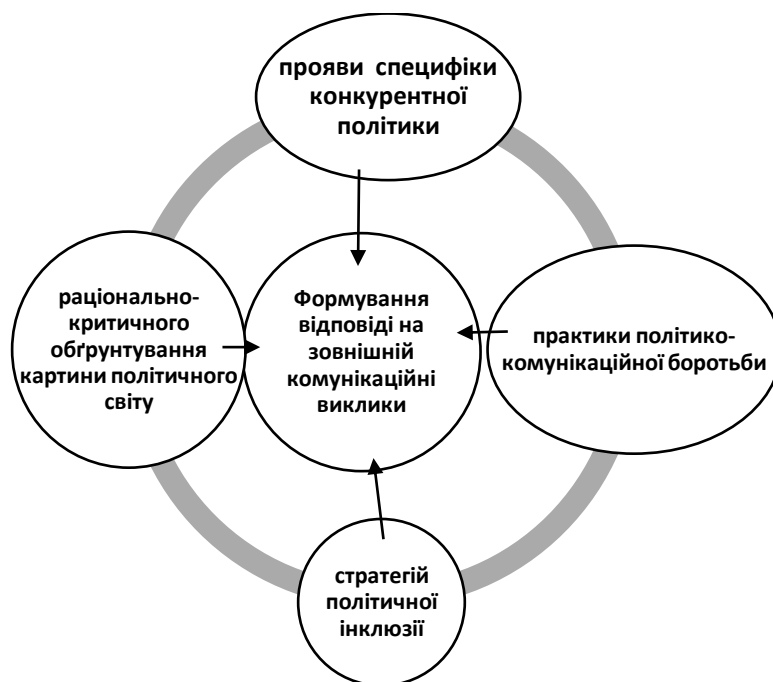
Критика демократичних перетворень з боку автократичних режимів ведеться, серед іншого, за допомогою спеціальних інтегрованих до західного суспільства речників. Вони намагаються інтерпретувати реальність у вигідному для автократів вигляді. Це до певної міри компенсує або імітує видимість інтелектуальної дискусії та розрахована на освічені верстви населення. Згідно з позицією Л. Мурадової, під риторику просування демократії Сполучені Штати (США), Європейський Союз (ЄС) та інші суб'єкти все частіше

використовують військове втручання (наприклад, Гаїті, Ірак, Лівія); наклали широкі економічні або дипломатичні санкції (наприклад, Південна Африка, Південна Корея, Іран); і витратив мільярди на фінансування ініціатив громадянського суспільства в недемократичних країнах (наприклад, у країнах колишнього Радянського Союзу) [183].

Критика демократії як неспроможної, історичної, локальної, культурно-непридатної є одним з базових концептів автократичної індоктринації. Інтерпретація світового розвитку як кризового та нестабільного призводить до трансляції думки про оптимальність автократичного правління. Думки, які заперечують ці позиції, блокуються та директивно видаляються. Л. Мурадова слушно наводить думку критиків, які можуть стверджувати, що нафта зазвичай асоціюється з мусульманським Близьким Сходом, регіоном *sui generis*, який містить майже половину світових підтверджених запасів сирої нафти, і ці фактори важко роз'єднати. Однак у моєму випадку це не виправдана спекуляція, оскільки я намагався обмежити це, прямо вказавши, що країна Х була гіпотетичною та розташована в Західній Африці [183]. Натомість концепт інституційної спроможності дозволяє вести мову про різноманітні чинники формування відповідей на зовнішні комунікаційні виклики.

Інституційна спроможність громадської думки проявляється в низці відповідей на можливість сценарні варіанти впливу. Зазначені впливи чи події можуть стосуватися як інституційна організаційного підґрунтя політичної системи так і впливати від традицій ведення політичної діяльності. Значну роль при цьому відіграє раціональне і критичне сприйняття політичного світу в суспільстві.

Схема 2. Інституційна спроможність демократичної громадської думки



Фокусування уваги на протестних аспектах демократизації є чинником протиставлення ідеологічних вимірів добра і зла. Відповідно для структурних компонентів моноідейної автократичної громадської думки належить обирати з однакових за змістом, проте, можливо, різних за формою тверджень і тез, яким влада транслює через Інтернет. Іспанська дослідниця задає питання, чим можна пояснити різницю в громадській думці? Одне з припущень полягає в тому, що маси можуть вважати особливо необхідним сприяти розвитку демократії в багатих нафтою автократіях, враховуючи потенційні стратегічні переваги демократизації в цих країнах для західних громадян. Інше спекулятивне пояснення полягає в тому, що громадськість може вважати ці заходи більш ефективними для дестабілізації нафтового режиму, який сильно залежить від іноземних грошей для свого виживання при владі [183].

Феномен автократичної громадської думки полягає в тому, що багаторічні практики масованого впливу призводять до відтворення

автократичних упереджень навіть в умовах відсутності прямого тиску. Країни Азії, Африки, Латинської Америки дають багатий матеріал щодо підтримки автократичних лідерів на основі ностальгії за стабільністю та передбачуваністю. М. Танненберг наводить цікаві дані опитувань, згідно з якими, коли у 2018 році зimbabweців запитали, наскільки вони довіряють своєму президенту Еммерсону Мнангагві, у середньому 68% відповіли «дуже» або «дещо». Більшість облікових записів вважають це сильним схваленням, але чи це правда? Розділивши респондентів на дві групи, ми отримаємо іншу картину. У тій, яка вважає, що інтерв'юера надіслав уряд, 77% висловили довіру Мнангагві, а в тій, яка ні, близько 57% поділяли цю думку. На противагу цьому, у демократичній Гані різниця між цими двома групами респондентів становила лише 4 відсоткові пункти, порівняно з 20 пунктами у значно менш демократичному Зімбабве [199, р.591].

Спроби досягнути структуру громадської думки, яка перебуває під тиском автократичних практик Інтернет-індоктринації призводять до розуміння, що населення схильне до приховування своїх справжніх поглядів. Недовіра до будь-яких спроб розкрити справжню політичну позицію в публічному вимірі трансформується на тотальне несприйняття будь-яких альтернативних точок зору. М. Танненберг підкреслює, що в автократичних країнах питання опитування можуть бути делікатними з причин, що виходять за межі приватного життя та соціальної адаптації – зокрема, питання щодо ставлення громадян до влади та оцінки влади. Респонденти, які перебувають під автократичним правлінням, можуть практикувати «фальсифікацію переваг», щоб узгодити свої відповіді з передбачуваними бажаннями режиму. Враховуючи, що авторитарні режими часто звертають пильну увагу на те, що роблять і говорять їхні громадяни, щоб покарати тих, хто кидає виклик офіційному дискурсу, існує реальний ризик того, що респонденти пов'язуватимуть опитування громадської думки зі збором

розвідданих уряду. Тому можна очікувати, що респонденти заспокоять режим своїми відповідями через побоювання, що нездатність цього зробити може призвести до репресій, фізичних чи інших [199, р.591].

Побоювання помсти від влади стає одним з важливих чинників ефективності автократичної індоктринації громадської думки. Попри зниження рівня прямого насильства та директивного фізичного контролю, гіпотетичний сценарій покарання залишається досить важливим елементом фіксації підкореного стану та несвободи громадськості. Інтернет-комунікація, контрольована та інспірована автократичною владою, багаторазово посилює ефект безальтернативності та безініціативності як основ функціонування демократичної громадської думки.

Таким чином, авторитарна індоктринація громадської думки експлікується на основі однобічного тлумачення реальності на користь влади. Відсутність альтернативних точок зору або нейтральних інтерпретацій вказує на бажання автократичних речників ізолювати конкурентні політичні концепції. Громадська думка в умовах автократії, якщо вона існувала як вільне самоорганізоване утворення в умовах демократії структуруються на публічну та непублічну. Остання зберігає альтернативні політичні смисли та реакції, а також засади самоорганізації та збереження «політичного здорового глузду».

2.3. Вектор еволюції процесу структурування громадської думки в умовах політичних трансформацій

Специфічні умови застосування Інтернет-комунікації в умовах політичної трансформації стають предметом розгляду багатьох сучасних науковців. Водночас вимір трансформації громадської думки залишає поза увагою широкого загалу. Необхідно з'ясувати, наскільки тенденції до самоорганізації та самовідтворення впливають на можливості появи громадської думки демократичного зразка. Також

актуальним є питання українських передумов політичного змагання та створення структурних компонентів політичного світосприйняття.

На поточній стадії політичного розвитку існує велика проблема, пов'язана з політичною наукою, яка пов'язана зі структурою громадської думки. Є багато теоретичних поглядів: з одної сторони, це просто формальний вміст громадської точки зору, зокрема агрегація, що представляє становище людей у певній території. Другий ракурс – це суцільне середовище для маніпулювання й застосування цілей політичних гравців. У середовищі, де Інтернет розвивається за допомогою політики у таких практиках, як СММ, дуже зручно під час виборів встановити елементи громадської думки. Також актуальності набуває питання про те, хто впливає на них й оцінює результати.

Громадська думка в сучасний період – це щось на зразок віртуального об'єкта, який вважається важливою умовою для демократичного вибору. Крім того, вона є втіленням політичної ситуації, яка слугує індикатором суспільної свідомості. Політичні рішення, енергійні політичні кампанії та «інсталяція» нових політичних суб'єктів є реалістичними на основі того, що люди думають про конкретну позицію громадської позиції. Сучасна ситуація в Україні вимагає прямої демократії, яка виражається в експериментах з референдумами під час останніх місцевих виборів. Це стосується навіть дискусійної розробки потреб державного рівня і навіть рівня Президента. У зв'язку з цією технологією маніпуляції громадським мисленням і дизайном політичних шляхів розвитку країни, є основи для припущень, чи вони є прийнятними і чи можна забезпечити пряму демократію в нашій державі шляхом застосування Інтернет-засобів. На цій стадії дослідження було б доречно, виявити значення політичних комунікаційних технологій для встановлення й розвитку громадської думки. Щоб досягти цього, нам потрібно ознайомитися із самоорганізованими й маніпуляційними концепціями, які сприяють

розвитку громадянської точки зору, а, отже, й структурують громадську думку в демократичному сенсі.

Структури громадського мислення на практичній основі базуються на оцінці кількості носіїв абстрактних міркувань та оцінки ними соціальних подій. Управлінські упереджені погляди на існування «кваліфікованої публіки» та «керованого натовпу» є головними засобами, щоб формувати первинну структуру громадську думку. У той же самий час, сучасна фаза існування раціонального або ірраціонального широкого загалу сильно причетна до розвитку маніпуляцій та ідвідуалістичної політики. О. Кононенко обґрунтовано вважає, що «завдяки громадському поширенню політичної інформації було створено засоби масових новин, особливо друкованих засобів. Журналістика об'єднує конкретні видання та інституції, створивши двосторонні інтелектуальні зв'язки. На відміну від натовпу, який триває недовгий час, і пов'язаний з обмеженим географічним середовищем, публіка схарактеризована необмеженою кількістю присутніх. Публіка як спільнота є постійною, більш тривалою та ідейно об'єднаною» [66, с.166].

Політичні підходи до розв'язання механізмів громадського сприйняття дій влади або політичного суб'єкта залежить від традиційних уявлень щодо психології натовпу. Масова поведінка та масова свідомість є певними константами у сучасних суспільних та гуманітарних науках (див.: С. Фелдман [168]). Вони формують певні вихідні пункти для міркувань про належне та бажане політичне світосприйняття. О. Кононенко не хоче назвати натовп суб'єктом громадської думки, оскільки просторова близькість, емоційна залежність його учасників один від одного та від своїх лідерів. Психологічні ефекти емоційного «зараження» фактично блокують можливість продукування ідей, а тим більше обміну думками. Водночас ситуація натовпу створює сприятливі умови для нав'язування

людям готових думок, оцінок, суджень, оскільки критичність сприйняття фактично відсутня. «Цим можна пояснити таку популярність масових заходів як засобу політичної та іншої агітації, оскільки основною їх метою є залучення якомога більшої кількості учасників та підтримки ними ідей організаторів цих подій», стверджує дослідник [65, с. 167].

Суб'єктність носіїв громадської думки є важливим питанням в оцінці її структурних елементів. Якщо мислення є проактивним, то частина громадської думки є продуктивно налаштованою на діяльність і результат. У такому випадку громадська думка може співвідноситися з функціонуванням політичних інститутів та прийняттям рішень. Однак навіть умовна пасивність і бездіяльність (тобто відсутність певної громадської позиції із важливих суспільно-політичних питань або подій) також є чинником структурування громадської думки. О. Кононенко слушно стверджує, що «публіка та аудиторія в цьому середовищі є імовірними акторами продукування громадської думки, оскільки передбачають наявність спільних інтересів та можливість зв'язку та спілкування між їх членами, що є неодмінними умовами для формування сталої громадської думки» [65, с.167].

Теми чи об'єкти громадської думки є важливими факторами їхнього формування. Публічний погляд міжнародного рівня показує процес розширення блощиць або деяких ділянок. У разі, коли певна територія або держава мають владну ієрархію, міжнародна спільнота може вибрати стратегію для інвестування або об'єднання для партнерства. Це особливо корисно в наші дні в Україні. О. Попроцький та Є. Драчов слушно зауважують, що «імідж регіону в свідомості громадськості значною мірою формується на підставі інформації, що надходить із ЗМІ і залежить від частоти публікацій про регіон і від тематичної структури цих публікацій» [105, с. 117].

Розрізнення структури громадського мислення та реального політичного процесу пов'язане з діяльністю ключових механізмів сучасної демократії. Навіть у період міжурядових нападів на громадську думку вона стала консоціальною або демократичною (про це пише Т. Ріссе-Каппен [190]). У зв'язку з цим утворюється «проактивна публіка» – група людей складається з осіб, які звертаються до представників влади. Тому можна сказати, що в структурі громадської (публічної!) думки є предмет, який має називу «владного пулу». О. Попроцький та Є. Драчов наголошують на ширшому значенні публічного визнання або публічного осуду у демократичному суспільстві. Це стосується не лише громадян, але й для представників будь-якої влади, оскільки цей представник у своєму «служінні суспільству» має обов'язок перед ним. Природним є бажання публічних політичних мовників завжди мати позитивний образ» [105, с.118].

Окрім стаціонарних зв'язків між громадськими групами, було б добре також говорити про динамічний вимір. Це стосується не конструкційних термінів, а політичних маніпуляцій, які сприяють почуттю престижу чи самосуду. Ця структура суспільної думки базується на здатності вільно висловлюватися у політичному світі та доступі до засобів зв'язку. О. Попроцький та Є. Драчов вказують, що «засоби масової діяльності щиро зацікавлені в тому, щоб інформувати певні спільноти громадян та груп про маніпуляцію, яка впливає на громадську думку і сприяє позитивному образу та підтримці суспільства. Такі вчинки можуть викликати щось більше ніж, тільки певний суспільний настрій, стати причиною суспільних криз та конфліктів, які спричиняють масові безладдя, сутички й заколоти» [105, с.118].

Звернення до громадськості є фактором, який вказує на її дійсну присутність у соціальному середовищі. У зв'язку з цим, існує

особливий стан громадської думки в офіційних виступах, яка називається публічною підтримкою. «Перебільшення громадської точки зору відіграє важливу роль у розвитку та застосовуванні політичного рішення, оскільки оптимальна політична постанова повинна базуватися на величезній державній підтримці, що є значною частиною успіху, яка гарантує ефективну дію влади», вважає Л. Кіоссе [62, с.228].

Незбіг бажаного та наявного стану громадської думки (тобто відсутність належної громадської підтримки), викликає прагнення політичних суб'єктів «сформувати» цей бажаний стан з метою досягнення своїх політичних цілей. При цьому результативність дій щодо формування громадської думки вимірюється швидше відсутністю протестів та заперечення дій влади, ніж її фактичною підтримкою. На справедливую думку Л. Кіоссе, «незважаючи на обставини, політична влада повинна спиратися на широку громадську підтримку при підготовці конкретних політичних рішень. Якщо такої підтримки немає, громадська думка повинна бути сформована заздалегідь і стати основою легітимності політичних рішень у майбутньому» [62, с. 229].

Формування стабільної чи зміцненої демократії не означає, що політичні актори відмовляються від деструктивних політичних практик. Проте політична відповідальність влади та самих учасників політичної конкуренції вимагає поважної взаємодії з носіями громадської думки та дискурсивного та раціонального діалогу з ними. Як стверджує Л. Кіоссе, «сильна влада – це та, яка вміє поєднувати різні думки та бажання людей у прийнятті рішень і яка враховує різницю між інтересами. Це зовсім не та влада, яка може робити все, що хоче, змусивши замовкнути опозицію та погрожуючи своєму народу репресіями. Позитивно сприймаються громадською думкою уряди, які забезпечують виконання прийнятих рішень за підтримки певної сили в суспільстві» [62, с. 231].

Відмінності політичних підходів щодо їх впливу на структуру громадської думки стають особливо очевидними при порівнянні демократичних і недемократичних режимів. У першому випадку структура громадської думки формується довільно на основі внутрішніх факторів. В авторитарних державах громадська думка стає соціальним об'єктом маніпуляції та тиску. Але навіть за авторитарних політичних режимів існує заклик до громадської думки легітимізувати режим. К. Хорн у своєму дослідному проєкті стверджує, що «відповіді на політичні ситуації можна узагальнити за межами демократії. Але демократія, як і будь-яка система, природно впливає на те, наскільки уряд реагує на громадську думку в конкретній державі в певний час. Хоча більшість науковців покладаються на припущення про узагальнені відповіді, організації, що займаються опитуваннями громадської думки, обмежують свої дослідні програми політичної реакції вивченням демократії» [10].

Чим репресивнішим є авторитарний або тоталітарний режим, тим імовірніше формування непублічних (прихованих, таємних) елементів громадської думки. Йдеться про дисидентські групи, опозиційні рухи тощо. Якщо взяти за приклад сучасну Білорусь, то можна побачити, що громадська думка чітко розділилася на владну й опозиційну. К. Хорн вказує на те, що «громадська думка просуває справу політики, яка розглядається в «недемократії», лише в тій мірі, в якій вона сформульована. За словами вченого, в недемократичних країнах дуже мало зібрано політично чутливих даних опитувань, які, мабуть, найбільше цікавлять науковців. Остання дослідницька робота Проєкту з міжнародних політичних справ (PIPA), заснована на опитуваннях громадської думки в Ірані, знаменує значну зміну в цьому типі збору розвідувальної інформації в деяких з найбільш репресивних режимах сучасного світу» [10, с. 190].

Загалом недемократичний статус механізму формування громадської думки може мати низку пов'язаних з ним наслідків. Це стосується, зокрема, релігійної громадської думки, думки соціальних спільнот (класів), позиції окремих етнічних груп чи меншин, поширення позицій значущих діячів. Ця «псевдоструктура» громадської думки ефективна, поки не стане авторитарною. Авторитарний режим добровільно ніколи не втрачає своїх позицій і засобів контролю над ситуацією.

Тому структурування громадської думки політичними засобами, спираючись на сучасні дослідження, можна визначити як процес появи окремих суб'єктних груп у структурі політичних світоглядів на рівні стійких спільнот. Сьогодні нормативне тлумачення громадської думки потребує розширення в тому сенсі, що воно має включати якомога повніший перелік позицій і думок основних соціальних груп і навіть окремих громадян.

Наразі спостерігається тенденція атомізації структури громадської думки. Причиною цього процесу є можливість для індивідів висловлювати політичні погляди в Інтернеті, а також поведінка політичних акторів, спрямована на розкол і фрагментацію електоральних груп щодо виборів і політичних партій, інших політичних кампаній.

Маркетингові стратегії політичної маніпуляції забезпечують формування упередженого ставлення до певних політичних подій, іміджів політичних лідерів та політичних акторів тощо. За таких умов однотайність думок (навіть мислячих критично громадян!) з тих чи інших питань викликає великі сумніви.

Основними структурними елементами громадської думки на сучасному етапі є середовище Інтернет-маніпульованого та/або залежного політичного самовираження та самоорганізації чи самодостатності. До першої групи належать групи громадян, які

повністю залежать від зовнішніх навіювань, які складають основу громадської думки. Друга група включає меншість, яка володіє раціональними та критичними навичками оцінки інформації або виступає проти офіційного дискурсу влади. Напрямом подальшого розвитку теми автократичної індоктринації громадської думки, що розглядається у нашому підрозділі, є встановлення взаємозв'язку процесів структурування громадської думки та інститутів громадянського суспільства, а також рівня їх функціонування в Україні та за кордоном.

Специфіка структурування громадської думки трансформаційного суспільства полягає у наявності певних «залишків» ідейних та доктринальних конструктів, які характеризують доцифрову добу. Відповідно стан та перспективи структурування залежать від балансу чинників авторитарного періоду та орієнтирів сталої демократії. Емпіричні дослідження намагаються встановити ознаки еволюції громадської думки. Роберт Аксельрод використовує кластерний аналіз, щоб оцінити структуру громадської думки щодо питань політики, лише для того, щоб виявити, що немає чіткої моделі, тобто немає чітко визначеної ідеології, яка широко поділяється громадськістю, щоб пов'язувати проблеми одне з одним. Він знаходить слабкий розкол, який нагадує популізм 1890-х років і є більш чітким виміром, ніж лібералізм – консерватизм чи інтернаціоналізм – ізоляціонізм [159, р.51].

Вихідними позиціями для міркувань про стан та структурування громадської думки в період політичних трансформацій є класичні уявлення стосовно громадської думки. В умовах цифровізації політичної комунікації громадська думка стає об'єктом прискіпливої уваги. В умовах сталої демократії вона є агрегатом реальних уподобань та особливостей діяльності політичних сил і акторів. В умовах політичних трансформацій вона може бути об'єктом управління з боку

квазі авторитарної влади. Згідно з класичними визначеннями громадської думки в енциклопедії «Британіка», «газети, веб-сайти новин і думок, соціальні медіа, радіо, телебачення, електронна пошта та блоги відіграють важливу роль у підтвердженні вже сформованих поглядів і поглядів. ЗМІ США, які стали більш пристрасними в перші два десятиліття 21-го століття, зосередили увагу консервативних або ліберальних сегментів громадськості на певних особистостях і проблемах і загалом зміцнили існуючі політичні погляди своєї аудиторії» [189].

Динаміка структурування громадської думки під час політичних трансформацій характеризується багатоманіттю структуротворних впливів. Мотивація трансляції політичних смислів з боку політичних акторів та політичних медіа може бути дуже різноманітною: від прагматичної до ідеологічної. В таких умовах громадська думка пристосовується до контенту та формує схему реагування. «Засоби масової інформації та соціальні мережі також можуть стверджувати приховані установки та «активізувати» їх, спонукаючи людей до дій. Безпосередньо перед виборами, наприклад, виборці, які раніше лише помірно віддавали перевагу одній партії чи кандидату, можуть бути надихнуті висвітленням у засобах масової інформації не лише потурбуватися проголосувати, але й, можливо, також внести гроші чи допомогти партійній організації в якійсь іншій спосіб», стверджується у поширеному та консенсусно визнаному повідомленні [189].

Соціальне підґрунтя структурування громадської думки в умовах політичних трансформацій виступає чинником маніфестації політичних уподобань громадян на основі соціальних інтересів. Водночас воно слугує опорою для орієнтації в стрімких змінах політичної ситуації за умови нестабільності політико-інституційної системи. Важливо розуміти, що в сталих демократіях «групи інтересів, неурядові організації (НУО), релігійні групи та профспілки (профспілки)

сприяють формуванню та поширенню громадської думки з питань, що хвилюють їхні виборці. Ці групи можуть бути занепокоєні політичними, економічними чи ідеологічними проблемами, і більшість з них працюють через засоби масової інформації та соціальні мережі, а також усно. Деякі з більших або заможніших груп інтересів у всьому світі використовують рекламу та зв'язки з громадськістю» [189].

Реальність цифрової Інтернет-комунікації спонукає структурні компоненти громадської думки підлаштовуватися під стиль та засоби подачі інформації. Політичний аудіо- та візуальний контент у поєднанні з текстовими повідомленнями має високий переконливий потенціал. За умови нестійкого стану політичної свідомості основних груп з'являється важливість трансляції політичних упереджень та прямої маніпуляції. «Однією з дедалі популярніших тактик є неформальне опитування або голосування. У такому підході групи просять своїх членів і прихильників «проголосувати» – як правило, через текстові повідомлення або на веб-сайтах – у несистематичних «опитуваннях» громадської думки, які не проводяться з належними процедурами вибірки. Багаторазові голоси прихильників часто заохочуються, і, як тільки група оприлюднює свої висновки в надійних ЗМІ, вона заявляє про легітимність, посиляючись на публікацію свого опитування у визнаній газеті чи іншому джерелі новин», вказано в класичній дефініції [189].

Особливим чинником структурування громадської думки в умовах політичних трансформацій слід вважати боротьбу тенденцій класичного структуротворення та новітнього цифрового середовища. Нова соціальна ситуація дає можливість значного подрібнення структурних компонентів громадянської думки на основі індивідуалізованих уподобань. Відповідно компоненти громадської думки стають менш прив'язаними до соціально-групової ідентифікації. Основним принципом структуротворення стає принцип відповідності

аудиторії. Е. Стюарт і Д. Гартманн на тлі інституційних змін середини двадцятого століття, проаналізованих Юргеном Габермасом, пропонують опис нових соціальних умов, які складають «публічну сферу» в сучасних Сполучених Штатах. По-перше, ми розглядаємо останні розробки в теоретизуванні публічної сфери, стверджуючи, що вони виграють від нової уваги до інституційних змін у тому, як ця сфера працює [197, р.170].

В умовах політичних трансформацій актуалізується питання акторів, які справляють структуротворний вплив на громадську думку. На відміну від часів авторитаризму та доцифрової індоктринації з'являється багато «трансляторів» альтернатив щодо тлумачення політичної реальності. Відповідно до їх спроможності утворюються споживачі певного роду контенту, які в низці випадків мають відповідну поведінку. Вчені доречно визначають та підсумовують три напрямки останніх соціологічних досліджень, які документують нову структурну трансформацію сучасної публічної сфери: (1) громадянська комунікація через нові медіа; (2) професіоналізація громадських рухів; і (3) нові гібридні установи, такі як аналітичні центри, некомерційні фонди та інші державно-приватні партнерства. По-третє, ми стверджуємо, що ці нові утворення визначають унікальне автономне, інтерстиціальне соціальне поле. Ми закінчуємо обговоренням наслідків цього синтезу для соціологічних теорій суспільного життя, стверджуючи, що він може сприяти більш ефективному дослідженню соціальної інфраструктури демократичної практики [197, р.171].

Структурування публічної сфери навколо цифрових засобів передавання політичної інформації є паралельним процесом структурування громадської думки. Публічний вираз політичних уподобань та емоцій в період політичних трансформацій є ознакою руху суспільства до поведінкових патернів демократії. Водночас низька компетентність громадян не дає змоги досягнути повною мірою

значення політичних повідомлень. М. Зелігер доходить доречної думки, що «оскільки технічні засоби розповсюдження змінюються в третьому вимірі, громадяни як адресати державно-суспільного насильства перетворюються на групу приватних громадян, зібраних як громадськість, які утворюють громадські збори за допомогою освітніх періодичних видань. У другій послідовності розвитку структурної трансформації ці освітні періодичні видання замінюються електронними ЗМІ. Хоча вони узагальнюють потенціал для комунікативної дії, вони мають ефект обмеження та ієрархізації публічної комунікації. Під впливом медіа паблік рілейшнз колективні пабліки перетворюються на сфабриковані» [193].

Самоорганізаційні засади структуротворення громадської думки в умовах демократії проявляються в умовах трансформації лише у початкових формах. Експерти, дослідники та інтелектуальне середовище в цілому виробляють вектор «політично бажаного» для певної суспільства та держави. Натомість квазіавторитарна трансформаційна влада в багатьох країнах навмисне гальмує реалізацію глибинних реформ демократизації. М. Зелігер слушно наголошує, що окрім зосередженості на політично інституціоналізованому правлінні (прийнятті та контролі над рішеннями), епістемічну та ідентифікаційно-конструктивну функцію публічної сфери також слід мати на увазі з точки зору демократичної теорії. Громадська сфера повинна бути в змозі поставити та впорядкувати проблеми в першу чергу, перш ніж вони будуть вирішені політично. Ця форумна функція публічної сфери, згідно з якою публічні сфери мають уможливлувати колективне сприйняття й обговорення загальнозначущих проблем і спільний пошук спільних рішень проблем, відповідає епістемологічному виміру демократії вироблення рішень проблем, які є настільки ж ефективними. Як можливий і в той же час такий, що піддається згоді. Публічні сфери, особливо коли вони організовані за

принципом участі та рівноправ'я, таким чином також сприяють ефективності демократій [193].

Формування сучасних цифрових медіа в умовах політичної трансформації створює середовище опосередкованості політичного процесу та громадської думки. Професійна обробка та трансляція валідної (вірогідної) інформації про політику створюють можливості для самоорганізованого структуротворення компонентів громадської думки за зразком сталої демократії. Однак ідеологічні тренди покласти на фахову політичну журналістику функції перетворень громадської думки здебільшого зазнають невдачі. Через потребу існування відповідної аудиторії політичні медіа повинні виховати громадськість і громадську думку. Натомість остання не може бути повноцінною аудиторією для таких повчань. На думку М. Зеєлігера, цифрові структурні зміни відбуваються у взаємопов'язаних процесах деінтермедіації та повторної медіації через нові платформи. У цьому процесі професійна журналістика та традиційні засоби масової інформації, які значною мірою організовували громадськість, дедалі більше обходять стороною як сторожі публічних комунікаційних потоків за допомогою цифрових і соціальних медіа [193].

В умовах політичних трансформацій та демократичного транзиту фокус уваги на діалогічній формі Інтернет-комунікації є багатообіцяючим та перспективним напрямком міркувань. Однак діалог можливий лише за умови повноцінного сприйняття іншого на основі поваги. В умовах перехідного періоду – це швидше виключення, ніж правило. М. Зеєлігер справедливо вважає, що цифрові медіа полегшують доступ до громадськості та містять обіцянку двостороннього спілкування. Завдяки легшому доступу публічні сфери згодом розширюються, розмиваючи межі різних рівнів публічної сфери між індивідуальною, груповою та масовою комунікацією – напівпублічні на стику з приватною сферою та особистими

проблемами. Це розширення призводить до плюралізації публічних сфер, оскільки окремі медіа чи комунікатори прагнуть досягти зменшення охоплення [193].

Важливим концептуальним припущенням стосовно даної структури громадської думки в умовах політичних трансформацій є місія громадської думки. Так само як у випадку з політичними медіа, окремі науковці намагаються покласти на громадську думку певну функціональну роль в умовах демократизації. Однак слід розуміти що громадська думка – це більш-менш об'єктивний стан відображення сприйняття політичної дійсності. Відповідно дієвість агентів змін серед носіїв або трансляторів громадської думки є таким самим явищем і мають таку саму імовірність, як і в інших інститутах і структурах суспільства політичних трансформацій. Згідно з комплексним дослідженням, яке аналізує, як громадська думка може вплинути на соціальні зміни, «громадська думка може відігравати значну роль у формуванні соціальних змін, впливаючи на політичні рішення, громадський дискурс і культурне ставлення. Наведено кілька способів, якими громадська думка може впливати на соціальні зміни» [175].

Проактивна позиція громадської думки стосовно політичних подій та процесів є важливою передумовою демократизації. Водночас в період трансформації вона може бути афільована з конкретними політичними акторами. Критерії незалежності та самовідтворення для громадської думки є високим орієнтиром який, ще необхідно здобути на основі тривалої суспільно-політичної практики. Розробка щодо впливу на громадську думку виявляє явище тиску на політиків: громадська думка може тиснути на політиків, щоб вони вжили заходів щодо питань, які є важливими для суспільства. Коли значна кількість людей висловлює конкретну точку зору або занепокоєння, політики, швидше за все, вживуть заходів для вирішення цього занепокоєння [175].

Потенціал громадської думки в умовах демократичного транзиту висвітлюється як необхідна умова політичного активізму. Водночас досягнення орієнтирів сталої демократії вимагає боротьби з квазіавторитарними практиками та інститутами. Це завдання є досить проблемним з точки зору стимульно-реактивної схеми функціонування громадськості і громадської думки. Відповідно залучення громадян до політичного активізму є лише імовірним сценарієм внаслідок серйозних недоліків діяльності влади або її резонансних злочинів тощо. Вплив громадської думки на соціальні зміни може проявлятися й в мобілізації масових рухів: громадська думка також може мобілізувати масові рухи, які можуть працювати над соціальними змінами. Коли велика кількість людей збирається разом, щоб виступати за певну справу чи проблему, вони можуть створити хвилю підтримки, яка може призвести до змін у політиці та культурному ставленні [175].

Осягнення механізмів структуротворення громадської думки в умовах політичних трансформацій відбувається і через особливості культурного підґрунтя політичного процесу. Чинники творення норм та смислів на основі зразків політичної поведінки минулих періодів та традиції потребують безстороннього аналізу. Водночас слід наголосити на значенні глибинних фреймів політичних міркувань, які мають винятково стабільну структуру і зміст. Особливо це стосується посткомуністичних та пострадянських країн. Перетворення культурних настанов є змістом процесу інновацій та модернізації громадської думки. У рамках впливу громадської думки на соціальні зміни відбувається зміна культурних установок: громадська думка також може впливати на культурні установки та норми. Коли певна точка зору чи переконання стає широко прийнятим або відкинутим громадськістю, це може призвести до змін у культурних нормах і поведінці [175].

Важливою частиною структура творення громадської думки в цифрову добу є підвищення обізнаності громадян в питаннях, які раніше були предметом відання експертів та елітарних груп. Знання про природу політичного процесу його особливості створює підґрунтя для суджень і політичної поведінки. Водночас цифровізація спричиняє широкий потік інформації, який не може бути повністю осягнений невідготовленою аудиторією. Дослідження наголошують на створенні ефекту соціальної обізнаності, коли громадська думка також може сприяти підвищенню обізнаності про важливі соціальні проблеми та несправедливість. Коли людям стає відомо про проблеми, про які вони раніше не знали, вони, швидше за все, вживуть заходів для вирішення цих проблем [175]. Означене дає змогу виявити градації спроможності громадської думки як інституту в умовах різних політичних режимів.

Схема 3. Ступені інституційної спроможності демократичної громадської думки



Як бачимо, поняття інституційної спроможності вказує на механізми утворення соціальних інститутів та спільної організованої колективної діяльності. Воно значною мірою забезпечує вихідні пункти щодо реалізації планів та проєктів демократизації. Однак слід розуміти, що процеси соціального активізму вимагають певного часу та передумов. Звідси кейси громадянського відстоювання у трансформаційних суспільствах є порівняно рідкісним явищем. Тим більше, що вони зустрічають блокувальний опір з боку еліт та традиційних політичних структур. «Загалом, громадська думка може бути потужною силою соціальних змін. Коли велика кількість людей збирається разом, щоб захистити певну справу чи проблему, вони можуть створити значний імпульс, який може призвести до реальних змін», стверджується в аналітичній розробці зарубіжних науковців [175].

Пострадянські політичні реалії демонструють, що більшість рецептів, які були використані для демократизації країн Центрально-Східної Європи Балтії та Балкан не виправдали сподівань через глибину радянських налаштувань у політичній ментальності еліт і мас. Створення демократичних інститутів іде досить повільно. Це стосується й громадської думки як середовища суджень і поведінки, характерних для сталої демократії. А. Г. Міллер, М. В. Рейзінгер та В. Геслі в колективній монографії «Громадська думка та зміна режиму. Нова політика пострадянських суспільств» ще 1993 року прозвітували про дослідження, яке представляє спільні зусилля, спрямовані на дослідження політичних настроїв і поведінки в широкому радянському суспільстві, вивчення обмежень громадської думки щодо зусиль з перетворення нових організацій на конкурентоспроможну політичну партійну систему [181].

Емпіричні дослідження стосовно стану та специфіки пострадянського суспільства довели, що громадська думка має

перетворюватися на реальний чинник політичного процесу досить поступово. Вона має перетворитися на сукупність сталих політичних акторів. Також ідеться про якість і компетентність політичних суджень. Завдання соціальних і політичних змін, які покладаються на громадську думку в багатьох випадках є перебільшенням її потенціалу. Комплексний характер проблеми відображає зміст наукових розробок. До тематичних рубрик дослідного проєкту потрапили проведення досліджень громадської думки в Радянському Союзі, опитування та перебудова, як громадяни ставляться до політики, індивіди, групи та політична система, соціальні зміни та радянська громадська думка – формування громадянської культури? [181]. Ці питання залишаються актуальними для пострадянського простору через понад 30 років після публікації наведеної наукової праці, особливо в умовах авторитарного «скасування» демократичних перетворень в сучасній росії.

Отже, суспільство політичних трансформацій є складним середовищем для формування демократичної громадської думки. Перехідний характер впливає як на інституалізацію структурних компонентів громадської думки, так і на змістові аспекти діяльності політичних груп. Пострадянські суспільства, які переходять до демократії, підтверджують складність та неординарність завдань розбудови якісної публічної громадської думки. Також перебільшенням є очікування інституційних та соціальних змін, які покладаються на зародкове середовище політичних обговорень.

Таким чином, політичні трансформації «запускають» важливі процеси структурування громадської думки. Ними є: автономізація політичних смислів в межах певних Інтернет-спільнот, наявність позасистемної кооперації опозиційних мереж, а також наявність інтелектуальної альтернативи панівним настроям та дискурсу влади. Водночас громадська думка періоду політичних трансформацій страждає від маніпулятивних інтервенцій влади, директивного просування провладного контенту, некритичного осягнення політичного порядку денного.

Висновки до розділу 2

Таким чином, в умовах сталої демократії Інтернет-комунікація застосовується на засадах політичної конкуренції та свободи слова і політичного самовиразу. За таких умов формується середовище самообмеження політичних акторів та високої спроможності просування креативного політичного контенту. Внаслідок цього громадська думка перебуває в ситуації «перенаповнення» політичними смислами та «значущими» подіями політичного порядку денного. Основними структурними компонентами стають політичні групи та спільноти, пов'язані з конкуруючими політичними акторами. Формуються ідейні та доктринальні компоненти громадської думки, які мають давні традиції споживання певного партійного контенту. Зокрема, з'являються ліберальна, ліво-зелена, правоконсервативна громадськість. Також можуть формуватися окремі радикальні компоненти, які не здійснюють загрози фізичному існуванню інших акторів. Правила гри політичної конкуренції дозволяють подолати обмеженість та замкненість аудиторії та політичних спільнот.

Водночас вільна політична конкуренція загострює питання ресурсної забезпеченості політичних акторів. Відповідно зростає загроза авторитаризації демократичних систем на основі масованого застосування цифрових технологій політичної комунікації з маніпулятивною метою. Невеликі ідеологічні або партійні групи політичної альтернативи можуть забезпечити собі сегмент громадської думки лише за умови винятково актуального та креативного контенту.

В умовах автократії структурні компоненти громадської думки формуються на основі ставлення громадян до дискурсу влади та реакції на нього. Окремі автократичні держави реалізують контроль над споживанням політичної інформації в адміністративно-директивний спосіб. Відповідно формуються дві великі групи Інтернет-споживачів: «щиро лояльні» до владного дискурсу та наративів, а також приховано

опозиційні або нейтральні групи й спільноти. Їх виявлення є проблематичним з огляду на приховування позиції.

Таким чином, в умовах автократії Інтернет-комунікація перетворюється не лише на засіб монологічного поширення контенту, але й контролю за можливою інтерактивною реакцією. Інтернет-середовище автократій, якщо воно примусовим чином ізольовано від решти Інтернет-простору світу, забезпечує повний інноваційний контроль за виразом політичної позиції та політичної поведінкою індивідів. В таких умовах громадська думка – це номінальна і формальна структура, яка відтворює владні смисли та наративи.

В умовах політичних трансформацій структурування громадської думки здійснюється відповідно до дуалістичної позиції правлячої групи, а також відповідно до інституційної спроможності акторів. Обидва чинники впливають на креативність і самодостатність громадської думки. Відповідно формується два великих локуси: самодостатній/автономний/вільний та контрольований і герметичний. За відсутності сталих правил гри владні групи, особливо у міжвиборний період докладають зусиль для вертикального контролю над медіапростором. Проте в умовах доленосних виборів вони змушені лібералізувати політичний дискурс в Інтернет. Цим намагається скористатися опозиція та громадянське суспільство, спрямовуючи на свідомість громадян опозиційний / альтернативний політичний контент. Відповідно структуризація громадської думки відбувається стрибкоподібно або хвилюподібна. Періоди масштабування демократичного політичного самовиразу змінюється періодом «мовчазної тиші».

Політичні трансформації, які не забезпечують сталий соціально-економічний розвиток фіксують та консервують ситуацію політичного маніпулювання, диспропорції політичного фінансування і спроможності медіа перетворювати свідомість. У такій ситуації актуальності набуває спроможність громадянського суспільства

відтворювати саме політичний активізм в Інтернет-середовищі. У такому випадку політичні актори та держава з квазіавторитарними тенденціями не зможе встигнути за інноваційними підходами впливу на громадську думку.

В умовах російсько-української війни саме креативні способи викриття російських інформаційно-психологічних спеціальних операцій дають змогу забезпечувати різкий баланс стосовно сприйняття політичної дійсності та її оцінки в громадській думці. Засоби протидії та захисту вільного волевиявлення в громадській думці потребують окремого розгляду та оцінки в наступному розділі.

РОЗДІЛ 3. СТРУКТУРУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ЗАСОБАМИ ЦИФРОВОЇ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

3.1. Еволюція засобів політичної Інтернет-комунікації в сучасній Україні

Політичне структурування громадської думки в Україні на основі новітніх цифрових технологій відбувається на основі багаторічного розвитку Інтернет-засобів. Мережа Інтернет за понад 50 років (від створення технологій, які закладали перші принципи майбутнього всесвітнього павутиння, до сьогодні) послідовно трансформувалася від засобу передачі інформації (новітнього, потужного, але одного з низки інших засобів), до повноцінного комунікативного середовища. Ця складна комунікаційна система: 1) охоплює більшу частину людства; 2) має в своєму складі численні підсистеми, які відповідають всім напрямкам соціального існування людини (комунікація, інформування, освіта, професійна діяльність, розваги тощо); 3) головне, існує за власними правилами, що проходять певні етапи трансформації та вдосконалення, як і соціальні відносини в традиційному для людства форматі «офф-лайн». Принциповим для політичної комунікації є те, що Інтернет від важливого, але допоміжного засобу, необхідного для життя суспільства, стає визначним в цьому житті і багато процесів, які відбуваються в режимі «офф-лайн» є наслідком комунікації в Інтернет (де виникають та втілюються в свідомість людей мотивації для подальших дій, відбувається дискурс з усіх можливих питань, приймаються рішення та погоджуються майбутні дії учасників майбутніх соціальних процесів), або, навіть, набувають якостей інфраструктури для втілення результатів цієї комунікації (починаючи з виконання повсякденних замовлень товарів/послуг через Інтернет і закінчуючи прийняттям принципових політичних рішень на підставі електронного голосування, електронних петицій чи по результатах

політичних кампаній в мережі Інтернет). Тому ми маємо підстави розглядати мережу Інтернет не як важливий чинник впливу на громадську думку, а як комунікативне середовище, де громадська думка формується, структурується та проходить певні етапи своєї еволюції як в цілому, так і в контексті конкретного дискурсу навколо соціального і політичного порядку денного: конкретних тем, наративів, меседжів.

Спираючись на дані, опубліковані у «Щорічному дослідженні про розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій» про неухильне зростання мережі Інтернет по всьому світу, можемо констатувати, що тенденція поширення мережі є перманентним процесом, який охоплює майже усі куточки планети і є все більш доступним та популярним засобом не тільки міжособистісної, а й політичної комунікації. Тобто Інтернет-простір стає повноцінним майданчиком та особливою формою для діалогу між громадянином та публічними політиками, між громадянином та владою, між різними громадянами у політичному контексті. А головне в цьому просторі відбувається формування елементів політичної свідомості громадян, вплив на цю свідомість та, як наслідок, закладаються підвалини для структурування та надання певного вектору трансформації громадської думки [180].

Україна рухається в контексті світових тенденцій Інтернет-комунікації. Тому залучення громадян до неї залежить від двох чинників: 1) технічного: територіальне розширення покриття Інтернет і можливість людей користуватися відповідними пристроями (гаджетами); 2) ментального: готовність та бажання приєднатися до комунікативного середовища Інтернет (користуватися інформаційними ресурсам, зареєструватися в соцмережах та месенджерах, спілкуватися он-лайн). Наприклад, люди старшого віку меншою мірою

користуються Інтернетом як джерелом інформації чи засобом комунікації [143].

Ці чинники обумовлюють, що частковий розрив у отриманні інформації користувачами та не користувачами Інтернету як по швидкості, так і по якості інформації. У випадку не користувачів Інтернет це буде відсутність інтерактивної складової (у традиційних ЗМІ вона практично відсутня) та можливостей диверсифікації джерел інформації, що збільшує ризик маніпулятивного впливу на свідомість і громадську позицію цих людей.

До 90-х років минулого століття, зі зрозумілих причин, на території України можна констатувати певне відставання від світових тенденцій розвитку Інтернет-технологій та комунікацій. На той час українське суспільство насичувалось політичною інформацією переважно із друкованих ЗМІ, телебачення та радіо. Пізніше у 1990-х роках на теренах України з'являється Інтернет-домен «UA.», що є українським сегментом мережі Інтернет. І це поклало початок розвитку Інтернет-комунікацій в Україні і виникнення супутніх можливостей та впливів на українське суспільство. Однак, на тому етапі розвитку залученність людей до Інтернету як до джерела інформації була мінімальною (недостатнє покриття, відсутність доступу більшості людей до гаджетів, невелика кількість вітчизняного Інтернет-продукту), тому домінуючими каналами впливу на свідомість українців та на вітчизняну громадську думку залишались так звані традиційні ЗМІ: телебачення, газети, радіо.

У 2000 роки кількість Інтернет-користувачів в Україні збільшилась та за даними сайту Світової статистики Інтернету склала близько 12 % від усіх мешканців нашої країни [177]. Щороку кількість користувачів мережею Інтернет як джерелом отримання інформації зростала, таким чином, зменшуючи «цифровий розрив». Згодом, кількість українських Інтернет-користувачів зростала. Так, згідно

даних, отриманих у ході дослідження Інтернет-аудиторії України, опублікованому у 2012 році, кількість користувачів Інтернет-мережею складала 48% від усіх громадян. Із цього числа періодичність активності була наступною: 42 % користувались мережею один раз на місяць, інколи частіше; 39% - користувались Інтернетом один раз на тиждень, та 31 % громадян України для пошуку необхідної інформації використовували Інтернет щодня [177].

Найбільший приріст Інтернет-аудиторії в Україні, за даними КМІС, був зафіксований у 2012-2013 роках і склав 16%, що довело частку вітчизняних Інтернет-користувачів майже до половини населення України [29]. А к 2019 року 74% українців вже користувалися Інтернетом.

Окремим імпульсом для підвищення соціальної значущості та впливу Інтернет-комунікації в усьому світі і в Україні, зокрема, стала епідемія COVID-19 та пов'язана з нею соціальна ізоляція та переміщення навіть побутового спілкування в Інтернет, а за ним і професійної, політичної та іншої комунікації. Таким чином технічне (покриття та якість сигналу), технологічне (наявність широкого спектру комунікаційних послуг, в тому числі тих, які пропонують традиційні медіа) та контентне (змістовне наповнення) вдосконалення впливу Інтернет стає домінуючою тенденцією та обумовлює витиснення традиційних каналів комунікації.

За результати опитування USAID-Internews щодо споживання медіа в Україні проведеного у 2022 році, кількість тих, хто щодня користується Інтернетом, зростає з кожним роком. До того ж цей процес стає більш частим та мобільним завдяки можливостям новітніх гаджетів, тобто для більшості користувачів не має вже необхідності користуватися стаціонарним комп'ютером, а можна отримувати необхідну інформацію, комунікувати, та, як наслідок, формувати своє ставлення до політичних і інших подій де завгодно. У 2022 році

показник користувачів Інтернет в Україні досяг 85%. А серед молодих людей віком 18-35 років користуються Інтернетом щодня 96%. Використовують смартфони для споживання новин 82% респондентів. А серед молоді віком 18- 35 років цей показник сягає 92% [139].

На підставі викладених аргументів ми можемо стверджувати про зростання в Україні тенденції до домінування у політичній комунікації, а також у формуванні політичного світогляду та структуруванні громадської думки, саме Інтернет-середовища, яке може кластеризуватися у вигляді інформаційних сайтів, месенджерів, соціальних мереж, різноманітних відеоплатформ від інформаційних до маскультурних і ігрових. І в основі цього домінування мобільність і інтерактивність – ті риси, які є на сьогодні трендовими як для суб'єктів (ньюзмейкерів), так і для об'єктів політичного впливу (аудиторії): доносити та сприймати інформацію, та, безумовно, наративи, які можуть бути всередині інформаційного повідомлення, швидко і доступно (будь-де і в лічені хвилини) і відігравати активну роль в дискурсі щодо будь якого інформаційного повідомлення (наративу, який там є) та, по суті, у підтриманні актуального порядку денного.

Наратив (від лат. *Narrativus* – оповідний) – поняття, яке використовується у літературній критиці та культурології для оповідання чи розповіді, що передають послідовність подій. Наративи відіграють значну роль у формуванні культурних цінностей та переконань, а також використовуються в історичному та політичному контекстах для інтерпретації минулих подій та сучасних проблем [87]. Слід детальну увагу приділити такому типу наративу як політичний. Цей тип формує політичну свідомість громадян, формує їхній світогляд та у подальшому впливає на їхні рішення та вибір, як то вибір певного кандидата чи партії, обрання влади та політичного курсу держави.

Політичний наратив – це історія або оповідання, що має політичний сенс та використовується для передачі певних ідей,

переконань або цінностей. Він може бути використаний як засіб впливу на громадську думку, маніпуляції свідомістю та формуванню політичних рішень [87].

Інституційна спроможність за доби Інтернет виступає суттєвим чинником функціонування політичної системи. Інститути політичного управління та представництва потребують нових якостей, передусім у комунікаційній сфері. Ці риси умовно можна поділити на статичні та динамічні. У випадку перших здійснюється публічна інформаційна презентація (надання офіційної публічної інформації). У випадку других – здійснюються спроби маніпулятивного впливу на громадську думку. В обох випадках демократична громадська думка зазнає перетворень. Як справедливо вважає український науковець О. Семенець, «під час президентства Петра Порошенка в дискурсивних практиках, що склалися навколо концепту ‘патріотизм’, сформувалося протистояння «порохоботів» та «зрадофілів»: порохоботи –прибічники й захисники чинного на той час президента України Петра Порошенка; зрадофіли –люди, які критикували дії чинної влади та воліли обговорювати мотив «зради» представників влади» [118, с.156-157]. В цьому слід вбачати перші засади кластеризації: виокремлення кластеру реальної (класичної) громадської думки та кластеру «медіа-симуляції» громадської думки.

«Інтернетизація» політичної системи спричиняє перегляд традиційних уявлень щодо стану та статусу громадської думки. Демократична громадськість як агрегат вимог та потреб населення опосередковується політичною кіберсферою, в якій існують актори (або агенти), які мають власні інтереси. Внаслідок цього структурування громадської думки не повною мірою залежить від функціонування класичної (усталеної, традиційної) громадськості. О. Семенець вірно вказує, що «виявлення – у напрямку критичного аналізу дискурсу – механізмів дискурсивного домінування та випадків

зловживання владою в дискурсі потребує насамперед вивчення меседжів дискурсивних еліт, а також реакцій-оцінок, заяв-реакцій великої аудиторії» [118, с.159].

Поточний етап трансформації сучасної громадської думки потребує з'ясування в контексті інших (попередніх та наступних) пунктів цього процесу. «Інтернетизація» розкидає безпрецедентні умови, які не були чинниками політичного розвитку в минулі періоди розвитку людства. Водночас громадська думка є динамічним утворенням, вона завжди сприймає («засвоює») технологічні перетворення в політичній сфері в першу чергу. В. Торяник відстоює слушну думку, що «глибина розвитку компонентів політичної свідомості соціального суб'єкта визначає рівень політичної освіти цього суб'єкта і зрілість усієї політичної культури. Звичайно, політичні знання та ідеологія досить відносні, вони часто мають різний ступінь відповідності реальній ситуації, оскільки не ґрунтуються виключно на встановлених об'єктивних фактах. Перевіреність, а також заснована на забобонах, припущеннях, неперевіреній інформації, фундаменталістській ідеології чи релігійних табу, необґрунтованих і упереджених теоріях тощо. Звідси також виникає джерело незрілості політичної культури суспільства» [132, с.163]. Однак, слід зауважити, що політичне Інтернет-середовище значно видозмінює класичні підходи до детермінації структури громадської думки.

Інструментальне бачення перетворення громадської думки в інтересах політичних суб'єктів у сучасний період все ще спирається на традиційні уявлення щодо її інституційного підґрунтя. Водночас «інтернетизація» публічного політичного простору спричиняє зміну ролей продуцентів та споживачів політичної інформації на основі їх інтерактивної взаємодії. Зазначене відбивається на видозміні соціальних дій. (Про це вказує в своїй статті О. Хижняк [144]). «Інтернетизація» громадсько-політичних взаємодій забезпечує

«позачасовість» та «екстериторіальність» політичного дискурсу як смислового «субстрату» громадської думки. Український фахівець з політичної пропаганди В. Ярошенко дотримується обґрунтованої позиції, що громадська думка – «це не просто «стан масової свідомості» чи «колективних настроїв», це один із найважливіших механізмів соціальної взаємодії індивідів. Нормальне функціонування будь-якого об'єднання людей неможливе без формування спільної ідеї. Що стосується спільних питань, то немає єдиної оцінки тих чи інших явищ і подій, визначення єдиних стандартів поведінки, практичних методів вирішення нагальних проблем» [158, с. 146].

На сьогодні Інтернет-середовище вміщує низку політ-комунікативних хабів через які реалізується вплив на політичну свідомість та, як наслідок, на формування та структурування громадської думки. Але в основі цього впливу продовжують знаходитися базові парадигми і типи політичної комунікації, які реалізуються вже за законами цього Інтернет-середовища і з використанням його можливостей.

До базових безумовно відноситься «Інформування». Інформування може розглядатися і як парадигма політичної комунікації, яка ґрунтується на «монологічному» донесенні інформаційних повідомлень без опції зворотного зв'язку, і як окремий тип політичної комунікації. Він передбачає передачу певного повідомлення без зайвого навантаження (рекламного, маніпулятивного, агітаційного і т.д.) та без вираженого ставлення до представленого факту. Відповідно до «Закону України про інформацію», інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді [37]. У відповідності до розділу 3 цього ж Закону «Про діяльність медіа, журналістів та їхніх працівників», масовою є та інформація, яка поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб. Тобто

процес інформування є поширенням інформації на необмежену кількість осіб.

Зрозуміло, що стверджувати наявність інформування в чистому вигляді, коли це стосується соціально важливих питань та, особливо, питань публічної політики, було б не вірним. У будь-якому разі факт, який є інформацією, проходить низку фільтрів і передбачувано трансформується відповідно до 1) можливостей джерела інформування достовірно зафіксувати зазначений факт; 2) суб'єктивних особливостей джерела зафіксувати в повному обсязі та тлумачити цей факт для подальшої передачі; 3) технічних можливостей каналів по яких транслюється інформаційне повідомлення; 4) вимог аудиторії отримати не тільки інформацію про означений факт, а й певну його інтерпретацію для більш швидкого засвоєння; 5) нарешті до можливості тих, хто впливає на канали комунікації, трансформувати інформаційне повідомлення під певну мету, а саме визначити необхідний час подання повідомлення, частоту його трансляції, інтерпретацію та використання сучасних аудіо та візуальних технологій.

Завдяки можливостям Інтернет-технологій можливості перетворити інформаційне повідомлення на елемент впливу на свідомість людей зросли в рази. Наприклад, велику ефективність демонструє підхід, коли найшвидше запропонована інтерпретація будь-якого факту з урахування очікувань та стереотипів певної частини аудиторії стає для цієї аудиторії реальністю, яка спонукає на дії. Одним з масштабних прикладів останнього часу є кейс з нібито попаданням ракети в лікарню Аль-Ахлі в Газі. Перші повідомлення з боку угруповання «Хамас» стверджували, що ракета, спрямована з боку Ізраїльської армії влучила у лікарню і призвела до загибелі від 500 до 1000 людей. [145] Ця інформація стала рушійною силою для проведення антиізраїльських та, навіть, антиамериканських,

демонстрацій в багатьох країнах світу від Лівану та Туреччини до США та Великобританії (див.: [8], [116], [117]).

Вже потім з'ясувалися подробиці тих подій, які засвідчували, що 1) це була ракета, запущена з боку самого «Хамас», дефектний ступінь якої впав; 2) потрапив він не будівлю лікарні, а в автомобільну стоянку поряд; 3) детонація була викликана залишками палива, а не бойової частини; 4) велика кількість загиблих не підтверджувалася нічим, окрім перших заяв самого «Хамас». Але в свідомості багатьох тисяч пропалестинські налаштованих людей саме перше інформаційне повідомлення закріпилося в статусі беззаперечного факту і не тільки спонукало до протестних виступів, але й прогнозовано може стати мотивом для подальших активних дій в середній і навіть дальній перспективі.

До того ж, інформування в чистому вигляді передбачає монологічність: від джерела до аудиторії. А сучасні тренди, які домінують в політичному Інтернет-середовищі, стверджують іншу інтерактивну модель. Тобто, навіть інформація про, наприклад, про погіршення погодних умов у зв'язку із настанням зими, якщо вона з'явиться у стрічці новин із відкритими коментарями, то вона може бути передана інтерпретована вже з урахування результатів дискусії, яка відбудеться між читачами, щодо термінів погіршення погоди, ставлення до прогнозів метеорологів, наявності опалення, електрики, тарифів тощо. Бо технічна можливість «поговорити» та запитати розширює кордони інформування до інтеракції, а констатації окремого факту до дискурсу щодо соціальних питань. А отже це перетворює класичне монологічне донесення інформаційного повідомлення на відкриту комунікацію.

Таким чином, монологічна парадигма політичної комунікації – «Інформування» у сучасних умовах логічно доповнюється іншою парадигмою – «Інтеракція» (англ. interaction, лат. «inter» – між і «actio»

– діяльність). Термін інтеракція використовуваний в соціальній психології та культурології та позначає взаємодію, взаємовплив людей або вплив груп один на одного як безперервний діалог. В соціальній психології інтеракція – безпосередня міжособистісна комунікація (обмін символами), важливою особливістю якої визнається здатність людини «приймати роль іншого», уявляти собі (відчувати), як його сприймає партнер по спілкуванню (або група) [34].

У сучасній політичній Інтернет-комунікації інтеракція постає як діалог чи комплекс діалогів між політичними акторами в особі влади, опозиції, суспільства та міжособистісне спілкування виборців. Кожний з учасників цього процесу здійснює власні комунікативні акти, які можуть нести в собі і інформування, і афективну складову, і власну інтерпретацію, тобто оцінкову складову, і рекламу, і наративи, але головним в цій інтеракції є не тільки донесення до контрагентів інформаційного повідомлення, а саме вплив на них з тією чи іншою метою.

У випадку з інтеракцією, на відміну від інформування, взаємодія акторів є невід’ємною частиною, а відтак може сприймати та коригувати запити суспільства, формувати порядок денний, впливати на структурування громадської думки. Інтеракція створює систему гнучких інформаційних повідомлень здатних корегуватись частково або змінюватись повністю у залежності від суспільного запиту та владного впливу.

Щодо типів політичної комунікації, які адаптувалися до умов Інтернет-середовища та використовують його досягнення для впливу на структурування громадської думки, то до них відноситься політична «Реклама», яка функційно знаходиться в парадигмі інформування, бо зворотній зв'язок на її вплив може виникати опосередковано: на підставі результатів соціопитувань щодо політичного актора, якого рекламують чи вже у вигляді результатів голосування за нього на

виборах. Політична реклама, на відміну від реклами комерційної, яка ставить за мету донести до громадськості інформацію про продукти, про послуги, про думки або причини, з метою переконати споживача відповідати на те, що рекламується і забезпечити його контакт з відповідним товаром/послугою, працює зі, так би мовити, специфічним товаром та специфічними потребами споживачів/виборців. Політичні актори, які використовують політичну рекламу, пропонують аудиторії не товари та послуги, а певну ідею (ідеологію), власний імідж, плани з того чи іншого важливого питання (програму). І мета політичної реклами не тільки і не стільки підняття пізнаваності політичного актора і забезпечення його контакту з виборцями, скільки виникнення до цього актора позитивних емоцій з боку певної електоральної групи, схвалення його іміджу та ідей чи пропозицій, і, як результат, мотивування виборців до його підтримки на виборах, а в подальшому і формування до нього стійкого лояльного ставлення.

Цей тип політичної комунікації є досить технологічним і з самого початку спрямованим саме на вплив на виборців, на мотивування їх до певних реакцій і поведінських актів на підставі отриманого рекламного повідомлення. І для цього реклама використовує всі наявні засоби такого впливу: від швидкості та частоти рекламних повідомлень до спеціального таргетування з врахуванням навіть особистих характеристик потенційних виборців. Навіть якщо цей вплив не артикулюється, а рекламне повідомлення штучно мімікрує під звичайне інформаційне повідомлення. Тому політична реклама в умовах Інтернет-середовища максимально і свідомо використовує всі технологічні досягнення Всесвітньої мережі. І цей свідомий вплив на індивідів та суспільство в цілому є одним з способів структурування громадської думки.

Наступний тип структуротворної щодо громадської думки політичної Інтернет-комунікації – «Паблік рилейшнз» (зв'язки з громадськістю, PR). Він корелює з попереднім – «Рекламою» –, оскільки може включати в себе рекламні заходи і, одночасно, створювати в свідомості людей базу для подальшого рекламного впливу на них. Але цей тип знаходиться вже в інтерактивній парадигмі політичної комунікації. У PR-напрямку є конкретна мета і вона полягає у створення позитивного іміджу політичного бренду (політика, партії, політичного інституту) і формуванні сталого позитивного ставлення аудиторії (електоральної групи) до цього бренду. І це зумовлює, з одного боку, менш агресивний і прямий вплив на свідомість людей і громадську думку, ніж пропонує реклама. А з іншого – передбачає використання більш широкого комплексу напрямків і методів, ніж рекламні, і потребує більших термінів для досягнення поставленої мети.

Політична PR-кампанія в Інтернет передбачає узгоджений комплекс послідовних дій з формування і розповсюдження відповідного контенту, який би відповідав очікуванням аудиторії і підкреслював необхідні характеристики бренду (політика, партії), а також формування вигідного порядку денного, ствердження необхідних наративів. І тому політичний PR в Інтернет використовує не тільки унікальні технологічні можливості мережі (швидкість передачі інформаційних повідомлень, мобільність, охоплення аудиторії, аудіовізуальні технології), а, головне, інтерактивну складову, яка містити у собі зворотний зв'язок. Тобто, певна аудиторія певним чином реагує на повідомлення та дає свою зворотною відповідь у вигляді реакцій, коментарів, результатів голосування, результатів різноманітних опитувань. Таким чином, у політика (партії) є можливість мобільного реагування тут і зараз. Така можливість підвищує рівень довіри та створює ефект присутності та залученості.

Отже ефективність формування іміджу та ставлення до політичного бренду потребує саме інтерактивного підходу і залучення необхідної великої аудиторії виборців до дискурсу навколо не тільки самого бренду, а й важливих соціальних і політичних питань. Бо вірно обрані і обговорені позиції політика (партії) стосовно цих питань стануть складовими його іміджу та основою сталого ставлення до нього з боку обраної електоральної групи. А ефект присутності сприяє позитивному сприйняттю політика (партії) з боку відповідної аудиторії. Наприклад, коли керівник держави чи командувач армією особисто (чи хоча б з допомогою власного «бота») відповідає на коментар від аудиторії чи повідомлення, де є його тег, це підвищує рівень позитивного ставлення до нього. [22] Всі ці можливості забезпечують різні політ-комунікативні «хаби», які діють в Інтернет (інформплатформи, відеохостінги, месенджери, соціальні мережі тощо).

Але, знаходячись у контексті інтерактивної парадигми політичної комунікації, політична PR-діяльність в Інтернет-середовищі стикається з притаманними даній парадигмі наслідками, які несуть певну загрозу для досягнення встановленої мети (формування іміджу, позитивного ставлення): зміна публічного порядку денного іншими політичними акторами, дискредитація в ході комунікації ідей політика (їх адекватності, доречності, обґрунтованості тощо) чи його особи (тих чи інших складових його іміджу). Інструментально це може проявитися у вигляді агресивного просування тем, невігідних для даного політичного актора, його хейту в соціальних мережах і месенджерах, атаці ботів та ін.

Одним з типів політичної комунікації яка спрямована на безпосередній вплив на політичну свідомість та громадську думку за допомогою розгалуженого інструментарію і з використанням заздалегідь маніпулятивних прийомів є «Пропаганда».

Для цього типу політичної комунікації можливості, які надає Інтернет-середовище, а саме охоплення масової аудиторії, постійна присутність в комунікативному житті людей, велика частота транслявання інформаційних повідомлень, створення аудіовізуальних ефектів, значно підвищують ефект тих прийомів, які він використовує. Тобто, якщо в минулому столітті навіть державна пропагандистська структура могла оперувати певним штатом пропагандистів-активістів, кількома газетами, потім радіостанціями, а вже потім телеканалами, щоб використовувати специфічні технології, то сьогодні Інтернет-середовище дозволяє охоплювати постійним пропагандистським впливом більшу кількість людей, з більшою частотою та яскравим емоційним навантаженням (завдяки аудіовізуальним технологіям).

Пропаганда як тип політичної комунікації передбачає розповсюдження та нав'язування суспільству чи певним його верствам ідей, поглядів, наративів, стійкого ставлення до політичного інституту чи актора, які стають стійкою частиною свідомості суспільства і спонукають його до певних дій, виходячи з тієї картини політичного світу, яка в цій свідомості сформована. В цьому контексті громадська думка структурується як відображення прихильності цим ідеям та шляхам їх реалізації, і ворожості до намагань критичної оцінки цих ідей та до можливих альтернативних концепцій політичної картини світу.

Цей тип політичної комунікації передбачає наявність ортодоксальної моделі світосприйняття чи центральної тези для всієї пропагандистської концепції, яка легко сприймається і дуже обмежена для критики. Останнє досягається шляхом безальтернативного її ствердження та апеляцією до емоційної складової суспільства, що дозволяє нівелювати раціональні критичні аргументи проти цієї тези. Далі йде обов'язкова індоктринація членів суспільства відповідно до центральної тези і глибинний поділ світу у суспільній свідомості на

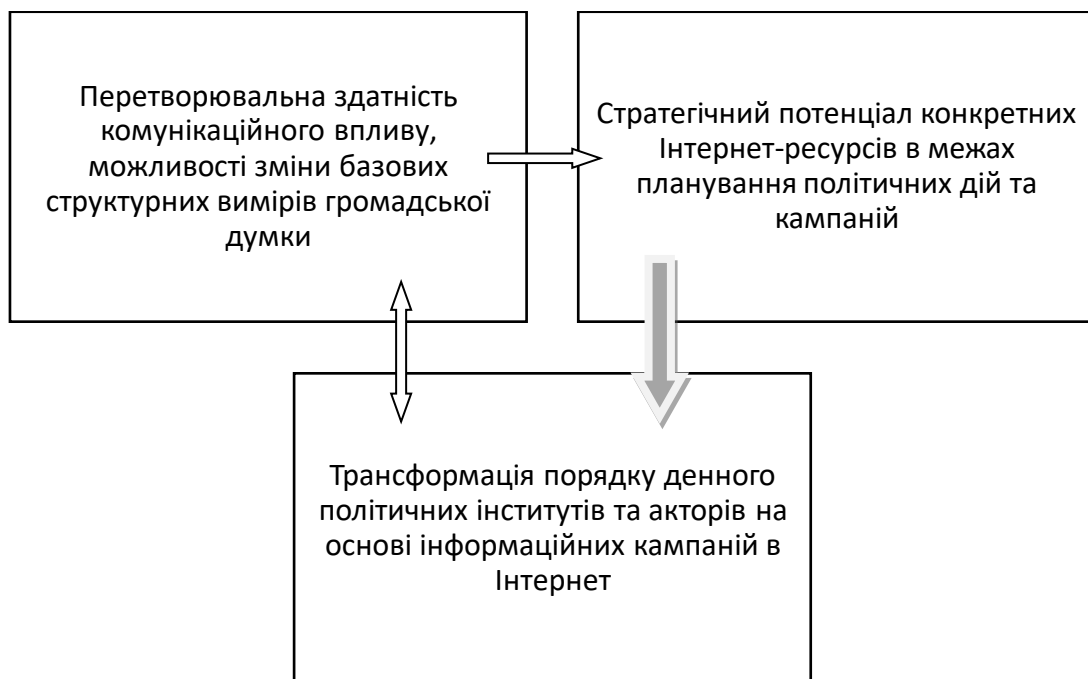
прибічників цієї тези і її ворогів з відповідним принципово ворожим ставленням до останніх. А потім пропаганда починає працювати за двома паралельними напрямками: контентному (використання маніпулятивних технологій комунікації) і технічному (постійне донесення відповідного контенту до суспільства). Саме останній напрямок отримав завдяки технологічним досягненням Інтернет додаткові можливості для підвищення власної ефективності.

«Агітація» (agitare, що означає «рухатися туди-сюди».) як тип політичної Інтернет-комунікації має заздалегідь визначені обмеження щодо завдань, термінів здійснення, тем, що актуалізуються та інтерактивності. Обов'язковим обмеженням є також юридична регламентація (в Україні агітація регламентується Конституцією України та Законами України про вибори різних рівнів). Де-факто агітація використовує надбання інших типів політичної комунікації (інформування, реклама, PR, пропаганда) для мотивації суспільства чи певних груп для підтримки політичного актора, ідеї, програми в межах політичної кампанії. Тобто агітація працює зі вже існуючим іміджем та репутацією політичного актора, його цільовою електоральною групою та на підставі наративів та меседжів, які вже були сформульовані на попередніх етапах його комунікації з суспільством. Тому можемо констатувати певну залежність цього типу політичної комунікації від інших типів. Вказані чинники дозволяють виокремити способи оцінювання та аналізу ступеня політизації Інтернет-середовища, що впливає на громадську думку.

На схемі нижче ми бачимо, що акторами Інтернет-маніпулювання громадської думки має бути врахована перетворювальна здатність комунікаційного впливу у співвідношенні із пееерконувальним (спонукальним) потенціалом інтернет-ресурсів. Має оцінюватися також порядок денний конкретних політичних інститутів та акторів в межах динаміки трансформації. Також ідеться про стратегічний вимір

планування політичної діяльності. Означені чинники формують сукупність альтернатив та опцій політизації сучасних засобів Інтернет-комунікації.

Схема 4. Чинники оцінки потенціалу політизації засобів Інтернет-комунікації



При цьому, з точки зору технології реалізації політична Інтернет-агітація стає актуальною тоді, коли постає питання вибору того чи іншого кандидата/ партії. Для того, щоб побачити яскравіше та дізнатися більше деталей про обранця/партію, суспільству шляхом агітації у різних формах пропонується обрати певну силу.

Форма агітації може бути прямою та прихованою. Пряма форма агітації містить прямі заклики до обрання того чи іншого кандидата/ партії. Прихована агітація не містить прямих закликів до обрання, голосування і т.д. Але вона натякає, містить певну символіку, яка належить певній політичній силі/ партії/кандидату. У прихованій агітації відсутній суб'єкт – він мається на увазі.

Звідси політична агітація використовує можливості Інтернет-середовища як технологічну складову для реалізації конкретної

короткострокової мети – «агітуємо з використанням всіх доступних і ефективних методів для перемоги кандидата/партії на виборах».

Тому вплив агітації на структурування громадської думки можна розглядати як опосередкований. Тобто цей вплив є поза прямих завдань агітації. Але порядок денний, який актуалізується під час агітації, а також результати агітаційних політичних кампаній стають відправним пунктом для трансформації громадської думки щодо нової конфігурації влади, нового порядку денного, нових наративів, які утворюються по результатам кожної передвиборчої кампанії.

Необхідно виділити і окремий напрямок інституційних Інтернет-комунікацій між державою і суспільством. Мова йде про повідомлення громадянам про прийняті нормативні акти з боку держави, які вимагають від людей певних дій чи дотримання певних правил. І це може здійснюватися як через інформаційні платформи, так і за допомогою месенджерів чи спеціальних застосунків, як для громадян України це – «Дія» [111]. З іншого боку громадяни можуть користуватися додатковими Інтернет-можливостями для вирішення власних питань юридичного, фінансового, соціального характеру, які потребують комунікації з державою [106].

3.2 Основні політико-комунікативні хаби в Україні в контексті застосування практик політичної Інтернет-комунікації

Політична Інтернет-комунікація реалізується через систему різнопланових автономно діючих вузлів («хабів»). До ключових політико-комунікативних хабів в Інтернет ми можемо віднести: 1) різноманітні «Інформаційні платформи» (сервіси новин, інформаційні сайти, сайти традиційних ЗМІ); 2) «Інтернет-ресурси (сайти, акаунти в соцмережах, телеграм-канали, ютуб-канали) політичних акторів» (політиків, партій, державних структур); 3) «Відео-хостінги» (Ютуб, Твіч і т.д.); 4) «Соціальні мережі»; 5) «Месенджери»; 6) Застосунки для проведення

масових соціологічних опитувань; 7) Застосунки для Державних послуг.

За даними презентованими у звіті за 2022 рік переважна більшість громадян України користується новинами із соціальних мереж, однак є значна частка тих, хто користується сервісами новин і новинними сайтами для отримання інформації. Частка таких людей в Україні складає 42% постійних мешканців та 53% внутрішньо переміщених осіб [203].

Згідно з наведеним опитуванням були сформовані наступні рейтинги Інтернет-медіа, які використовували українці для отримання новин у 2022 році.

Служби та сервіси новин:

1. Гугл/Google – 33%
2. Укр.нет/Ukr.net – 14%
3. УНІАН (unian.net) – 10%

Інформаційні сайти:

1. ТСН (tsn.ua) / 1+1 (1plus1.ua) – 21%
2. Українська правда (pravda.com.ua) – 8%
3. Новини України (mediaua.com.ua) – 5%
4. Громадське ТВ (онлайн) – 5%
5. МЕТА (meta.ua) – 4%
6. Корреспондент (korrespondent.net) – 4%
7. Факти (fakty.ua) – 3%
8. Ліга.нет (liga.net) – 3%

9. ІНШІ – Газета.юа (gazeta.ua); Апостроф (apostrophe.com.ua); Еспресо.ТВ (онлайн); Новости.ua (novosti.ua); Обозреватель (obozrevatel.com); 24 канал (онлайн); Телеграф (telegraf.com.ua); Цензор.нет (sensor.net); Главком (glavcom.ua); Вести (vesti-ukr.com) – все по 2%.

Якісні показники структурних одиниць лідерів цього політ-комунікативного хабу з урахуванням таких параметрів як: а) відвідуваність за місяць (вересень 2023 року); б) пристрій з якого проглядається інформація; с) тривалість відвідування сайту; d) географія використання сайту; е) найпопулярніші рубрики на сайті., виглядають наступним чином (проаналізовано за допомогою ресурсу «pro.similarweb.com» [195].

TCH (tsn.ua) / 1+1 (1plus1.ua)

а) Відвідуваність за місяць (вересень 2023 року): 38 мільйонів переглядів сайту.

б) Пристрій з якого проглядається інформація – зі стаціонарних пристроїв: 13, 05%; з мобільних пристроїв – 85, 95%.

с) Тривалість відвідування сайту: 2 хвилини 45 секунд.

д) Географія використання сайту: Україна – 89, 02%; Німеччина – 1,3%; Польща – 1,11%; США – 0,76%; Нідерланди – 0,72%.

е) Найпопулярніші рубрики на сайті: Новини – 97, 08%; Комп'ютери, електроніка, техніка – 1,42%; Телевізійні фільми – 0,98%.

Українська правда (pravda.com.ua)

а) Відвідуваність за місяць: 73,5 мільйонів переглядів.

б) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 17, 21%; з мобільних пристроїв – 82, 79%.

с) Тривалість відвідування сайту: 3 хвилини 34 секунди.

д) Географія використання сайту: Україна – 71, 23%; США – 6,96%; Німеччина – 2,88%; Велика Британія – 2,71 %; Польща – 2,30%.

е) Найпопулярніші рубрики на сайті: Новини – 87,02%; Футбол – 6,9%; Комп'ютери, електроніка, техніка – 1,7%.

META (meta.ua)

1) Відвідуваність за місяць – 8 мільйонів переглядів.

2) Пристрій з якого проглядається інформація% зі стаціонарних пристроїв – 35,76%; з мобільних пристроїв – 64,24%.

3) Тривалість відвідування сайту – 4 хвилини 41 секунда.

4) Географія використання сайту: Україна – 86,08%; Польща – 1,7%; Німеччина – 1,36%; Білорусь – 1,08%; Ізраїль – 1,03%.

5) Найпопулярніші рубрики на сайті: Новини – 63,11%; Фільми та стріми – 36,15 %; Фінансове планування і менеджмент – 0,41%.

Корреспондент (korrespondent.net)

1) Відвідуваність за місяць – 27 мільйонів переглядів.

2) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 12,75%; з мобільних пристроїв – 87,25%.

3) Тривалість відвідування сайту – 3 хвилини 08 секунд.

4) Географія використання сайту: Україна – 88,17%; Німеччина – 2,32%; росія – 0,91%; США – 0,88%; Іспанія – 0,85%.

5) Найпопулярніші рубрики на сайті: Фільми та стріми – 78,78%; Новини – 8,18%; Комп'ютери, електроніка, техніка – 3,08%; Фінансове планування і менеджмент – 2,69%, Їжа та напої – 1,6 %.

Факти (fakty.ua)

1) Відвідуваність за місяць – 2,42 мільйонів переглядів.

2) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 15,42%; з мобільних пристроїв – 84,58%.

3) Тривалість відвідування сайту: 1 хвилина 55секунд.

4) Географія використання сайту: Україна – 70,11 %; Казахстан – 4,78%; Італія – 3,30%; США – 3,02%; Німеччина – 2,73 %.

5) Найпопулярніші рубрики на сайті: Новини – 97,33%; Словники та енциклопедії – 0,82%.

Ліга.нет (liga.net)

1) Відвідуваність за місяць – 8,8 мільйонів переглядів.

2) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 19,52%; з мобільних пристроїв – 80,48%.

3) Тривалість відвідування сайту: 2 хвилини 18 секунд.

4) Географія використання сайту: Україна – 74,44 %; рф – 4,22%; Німеччина – 3,82%; Польща – 2,17%; Казахстан – 1,4%.

5) Найпопулярніші рубрики на сайті: Новини – 94,20%; Словники та енциклопедії – 1%; Реклама – 0,77%.

Другий політ-комунікативний хаб – власні Інтернет-ресурси, які мають практично всі політичні актори від найвищих органів влади і найрейтинговіших політиків до органів місцевого самоврядування і регіональних політиків в кожній об'єднаній територіальній громаді (ОТГ). Наявність електронної адреси, персонального (партійного, корпоративного) сайту та акаунту у соцмережі (можливо в кількох) стало не просто трендом, а обов'язковою практикою для будь-якого політичного актора. С одного боку це дозволяє політичному актору мати хоча б мінімальний обсяг необхідної комунікації з суспільством, а з іншого – стає річчю на кшталт паспорту в повсякденному житті (якщо в політика немає навіть сайту – він не існує чи «щось з ним не так»).

Якісні показники сайтів ключових органів влади в Україні такі.
[195]

Сайт Верховної ради України [16]

1) Відвідуваність за місяць (вересень 2023 року) – 9,2 мільйона переглядів.

2) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 64,17%; з мобільних пристроїв – 35,83%.

3) Тривалість відвідування сайту: 5 хвилин 23 секунди.

4) Географія використання сайту: Україна – 94,62%; Польща – 0,79%; Велика Британія – 0,45%; Німеччина – 0,44%; США – 0,41%.

5) Найпопулярніші рубрики на сайті: Уряд – 32,13%; Новини – 26,12%; Облік та аудит – 7,24%; Соціальні науки – 4,48%; Фінансове планування та менеджмент – 4,48%.

На сайті також є важлива в контексті комунікації з виборцями вкладка для «Звернення громадян» [17]. Тут можна подати звернення громадянина; електронну петицію; записатися на особистий прийом; взяти участь у обговоренні законопроектів.

На самій сторінці є посилання на ресурси Парламенту з інших політ-комунікативних хабів: [13], [14], [15], [18], [129].

Кабінет міністрів України [53]

- 1) Відвідуваність за місяць – 1,3 мільйонів переглядів.
- 2) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 35,42%; з мобільних пристроїв – 64,58%.
- 3) Тривалість відвідування сайту: 1 хвилина 32 секунди.
- 4) Географія використання сайту: Україна – 76,08%; Іспанія – 11,78%; Польща – 3,02%; Словенія – 1,64%; Велика Британія – 1,14%.

5) Найпопулярніші рубрики на сайті: Уряд – 25,33%; Новини – 25,30%; Облік та аудит – 18,17%; Фінансове планування та менеджмент – 11,93%.

Тут можна: записатися на особистий прийом; оформити звернення громадян; скористатись прямою телефонною лінією; урядовою лінією; представлені публічні звіти органів виконавчої влади; надіслати електронне звернення [33] Для цього треба авторизуватись у особистому кабінеті та подати електронне звернення. Доступні також петиції.

На самій сторінці є посилання на ресурси Уряду України з інших політ-комунікативних хабів: [54][55][56]

Президент України: [91]

- 1) Відвідуваність за місяць – 2,5 мільйонів переглядів.

- 2) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 35,51%; з мобільних пристроїв – 64,49%.
- 3) Тривалість відвідування сайту: 1хвилина 59 секунд.
- 4) Географія використання сайту: Україна – 80,34 %; Німеччина – 3,02%; Польща – 2,38%; США – 2,26%; рф – 1,29%.
- 5) Найпопулярніші рубрики на сайті: Новини – 63,84%; Уряд – 9%.

Тут можна: написати звернення, подати петицію, підписатись на розсилку; зробити запит на інформацію, отримати доступ до публічної інформації та до заходів з очищення влади.

На самій сторінці є посилання на ресурси Президента України з інших політ-комунікативних хабів: [19], [188], [204], [205], [208]

А також на ресурси Офісу Президента України з інших політ-комунікативних хабів: [90], [92], [93], [94], [95].

Обласні державні адміністрації (на прикладі Запорізької обласної державної адміністрації) [42]:

Відвідуваність за місяць – 127 тисяч переглядів сайту.

- 1) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 32,80 %; з мобільних пристроїв – 67,20%.
- 2) Тривалість відвідування сайту: 1 хвилина 33 секунди.
- 3) Географія використання сайту: Україна – 98,90 %; Німеччина – 0,53%; Польща – 0,3%; Узбекистан – 0 27%.
- 4) Найпопулярніші рубрики на сайті: Новини та медіа – 100 %.

На сайті передбачені вкладки для громадськості: запобігання та протидія домашньому насильству; інформація для ВПО; доступ до публічної інформації; звернення громадян: як звернутися, графік проведення прямих телефонних ліній; гаряча телефонна лінія; телефони довіри; нормативно-правова база; підсумки роботи зі

звернення громадян; запитання та відповіді; пам'ятка для зниклих українців; безбар'єрність.

На самій сторінці є посилання на ресурси Запорізької ОДА з інших політ-комунікативних хабів: [40], [41], [153]

Органи місцевого самоврядування (на прикладі Дніпровської міської ради): [44]

- 1) Відвідуваність за місяць – 168 тисяч переглядів сайту.
- 2) Пристрій з якого проглядається інформація: зі стаціонарних пристроїв – 50,51 %; з мобільних пристроїв – 49,49%.
- 3) Тривалість відвідування сайту: 3 хвилини 24 секунди.
- 4) Географія використання сайту: Україна – 91,01%; Німеччина – 7,08%; Італія – 0,58%; Польща – 0,53%; Туреччина – 0,17%.
- 5) Найпопулярніші рубрики на сайті: Фінансове планування та менеджмент – 34,09%; Новини та медіа 31,02%.

На сайті передбачені вкладки: фінансові звіти перед громадянами (можна обрати період) [46]; Звіти про виконання бюджету [46] (з можливістю обирати рік); Прозоро і закупівлі міськради [209]; Прозоро громадський контроль закупівель [209]; Звернення громадян [45]. Передбачений також складова «зворотного зв'язку» – вкладка «Дніпряни пишуть» (є архів звернень).

Додатковою політ-комунікативною опцією цього сайту міської ради, яка підтверджує обов'язкову інтеграцію навіть місцевих політичних акторів, в даному випадку депутатів ради, у глобальний Інтернет-простір, є можливість не просто ознайомитися з біографічними даними кожного депутата, а й отримати посилання на його/її акаунт у мережі «Facebook» (виключення складають кілька депутатів незареєстрованих в цій мережі).

Всі рейтингові політики України (за даними опитування проведеного Центром Разумкова у березні-лютому 2023 року це [89]:

Зеленський (85%), С. Притула (65%), М. Подоляк (59,5%), В. Кличко (58%), О. Данілов (55%), Д. Шмигаль (52%), О. Резніков (51%), а також «антирейтингові» політики Ю. Бойко (– 82%), Ю. Тимошенко (– 76%), П. Порошенко (– 65%), О. Арестович (– 59%). Д.Арахамія (– 39%) мають власні акаунти одразу в кількох соцмережах

Провідні партії також мають акаунти в усіх трендових Інтернет-ресурсах різних політ-комунікативних хабів.

Партія «Слуга народу» має рейтинг відвідання сайту за вересень 2023 року: 51,5 тисячі переглядів. Партія «Батьківщина» має рейтинг відвідання сайту за місяць року: 9,4 тисячі переглядів. Партія «Європейська солідарність» має рейтинг відвідання сайту за місяць року: 23,76 тисячі переглядів. Партія «ГОЛОС» має рейтинг відвідання сайту за місяць року: 5,7 тисячі переглядів.

Прикладом політ-комунікативного хабу «Відеохостінг» є платформа «YouTube» який надає можливість користуватись послугами збереження відео, завантаження, показу відео, залишати коментарі під відео. За світовими рейтингами популярності сайту у користувачів ресурс Youtube.com отримав друге місце після Google.com [201].

В Україні ресурс запрацював від 2012 року [185]. І досяг певного піку у 2020 році, а далі динаміка користування платформою почала знижуватися. Згідно опитування, проведеного у 2022 році, частка українців, які використовують «YouTube» для отримання новин складала у 2021 році 25%, а у 2022 році – 16%. Для спілкування та розваг «YouTube» використовували у 2021 році 50% українців, а у 2022 році їхня частка склала 34% [139]. Не виключно, що це зниження пов'язано із жорсткішою регламентацією контенту, який потенційно може потрапити до ресурсу. На сайті самого ресурсу є опис політик, наприклад, відносно контенту, сайт регламентує та дає дозвіл на розміщення контенту, у тому числі це стосується й коментарів. Якщо ж

контент, на думку адміністраторів «YouTube» буде неприйнятним, а саме як зазначено на сайті каналу «наша політика охоплює серед іншого такі сфери як розпалювання ненависті, переслідування, безпека дітей, насильницький екстремізм» його не буде опубліковано, та контент буде видалений. Також описані принципи за якими працює платформа, такі як попередження упередженого контенту, боротьба з дезінформацією, протистояння ненависті, підтримка політичних цінностей [182].

Доречним буде зосередитися більш детально на останньому пункті, адже він безпосередньо регламентує, який саме політичний контент потрапить до споживача інформації. Рубрика підтримки політичної інтеграції чітко описує, що саме є прийнятним, а що є неприйнятним для «YouTube».

Наприклад, на відміну від месенджера «Телеграм», який жорстко не регламентує контент, платформа «YouTube» має чіткі обмеження у подачі контенту, наприклад, якщо ви забажаєте розповсюдити дезінформацію з приводу виборів (або те, що адміністратори ресурсу будуть вважати дезінформацією) ваш контент просто не потрапить в Інтернет. На каналі є низка правил, вони визначають чи є допустимою та інформація, котру ви хочете опублікувати.

Обмеження чи видалення з ресурсу можливі, якщо контент був технічно опрацьований таким чином, що вводить користувачів в оману (наприклад, у матеріалі подається інформація про те, що державний чиновник мертвий, коли він насправді живий); контент, ціллю якого введення людей в оману відносно процесу голосування «наприклад, неправильна дата голосування; неправдива інформація стосовно того, що кандидат не має права займати посаду); контент, який закликає інших втручатися в демократичні процеси (наприклад перепона процедурі голосування, створення у відео матеріалі імітацію довгих черг для голосування, щоб інші виборці просто не захотіли йти

голосувати). Окрім цього блокуються канали, де особи намагаються видати себе за іншого, де штучно створюється кількість переглядів та вподобань. [182]

Тобто, політики «YouTube» більш розширені та мають більше обмежень, у порівнянні із месенджерами, де інколи складно відрізнити фейк від достовірної інформації, та розуміти реальний, а не штучно збільшений «накручений» рейтинг каналу.

Базово «YouTube» є відеоблогом (форма веб-телебачення) із відкритими коментарями. Записи у відеоблогах поєднують у собі вбудоване відео чи відео зв'язок з підтримкою тексту, зображень та інших метаданих. Записи можуть бути зроблені у вигляді одного блоку або складатись із декількох частин.

Використовується і така форма як «летсплей» (Let's Play переклад з англ. — «давай пограємо»). Відеоролик, що супроводжується текстом, у якому гравець або група гравців демонструють та коментують проходження комп'ютерної гри. Відмінність «летсплей» від запису проходження гри у тому, що тут важливі суб'єктивні переживання та враження гравця, його коментарі та реакції.

Потокове мультимедіа або «стрімінг» (англ. streaming media) яке безперервно отримує користувач від провайдерів потокового мовлення. Це поняття застосовується до інформації, яка розповсюджується як через телекомунікації, так і не потокова така як книги, аудіо записи. На зараз саме «стрімінг» є максимально популярним типом відеопродукту. І саме під час військової агресії він отримав величезні аудиторії українців, які бажали отримати новини, експертну оцінку щодо політичних і військових подій у багаточисельних «експертів-блогерів». Тому загальний вплив відповідного «стрімінгового середовища» на політичну свідомість та громадську думку в Україні був досить масштабним. Певні блогери навіть відчули потенціал стати впливовими політикам, використовуючи як трамплін власну популярність як

«експертів-стрімерів» [74]. І тому саме цей стрімінговий напрямок став активно використовуватися саме для деструктивного маніпулятивного впливу певних «експертів». І це було не тільки і не стільки у вигляді агресивної негативної пропаганди, скільки в форматі дружнього та ніби то «конструктивного» донесення до української аудиторії деструктивних наративів [147].

З 21 вересня 2023 року компанія «YouTube» продемонструвала нову технічну можливість для користувачів у створенні фону на основі штучного інтелекту для коротких відео «Генеруватиме фони для YouTube Shorts, підказки для нових відео та здійснюватиме дубляж» [182]. Якщо програма може генерувати світлини, робити підказки для нових відео, то не є проблемою згенерувати будь який тип інформації, наразі про це мова не йде, але зважаючи на розвиток технологій та можливості штучного інтелекту, можна з великою ймовірністю прогнозувати, що у подальшому буде досить складно відрізнити контент створений людиною від контенту створеного штучним інтелектом. Тому головним умінням для споживачів буде формування критичного мислення, пошук першоджерела інформації, орієнтація не на одне, а на декілька джерел для перевірки достовірності інформації, вміння розпізнавати фейкі та новий навик – уміння розпізнати контент, який створений штучним інтелектом, адже технологія корисна та інноваційна, але вона може бути використана у політичних технологіях задля маніпулювання людською свідомістю, для формування у людей певних вражень про подію або політика та ін.

Політично-комунікативний хаб «Соціальні мережі» сьогодні є одним з ключових і в соціальній Інтернет-комунікації загалом і в політичній зокрема.

Соціальна мережу «Facebook» запустили у 2004 році М. Закерберг, Е. Саверін, Е. Макколлум, Д. Московіц та К. Г'юз. Потім у

жовтні 2021 року утворюється Meta Platforms Inc американська корпорація конгломерату соціальних мереж.

Кількість активних користувачів «Facebook» складає близько 2 мільярдів на день [132]. І це є свідченням того, що платформа популярна, люди користуються нею для отримання інформації, спілкування та бізнесу. А отже «Facebook» масштабно впливає на свідомість і громадську думку в країнах по всьому світу. Політики використовують платформу для спілкування із виборцями. Виборці можуть більше дізнатись про політика. Тому здебільшого політики та публічні особи намагаються створювати сторінки у мережі для комунікації та формування позитивного іміджу.

«Facebook» в українському Інтернет-просторі зберігає виключний вплив, хоча його популярність зменшується. Згідно з дослідженням, проведеним у 2022 році, частка українців, які користуються Facebook для спілкування склала 51%, але у 2021 році мережею користувалось 65% респондентів. У 2022 році частка українців, які використовують мережу для отримання новин склала 25%, тоді як у 2021 році було 43%. [203]

Система «Facebook» дозволяє користувачам обмінюватись повідомленнями та файлами один з одним, ділитись інформацією, викладати світлини та читати новини. «Facebook» також можна використовувати для бізнесу та організованої політичної діяльності. Сьогодні майже кожна компанія чи політична партія має сторінку в «Facebook» та користується інструментами для просування свого бізнесу / іміджу.

Окрім спілкування та обміну інформацією, «Facebook» надає низку інших можливостей:

- ☐ Участь в дискусіях з людьми, котрі мають схожі інтереси в спеціальних групах.
- ☐ Доступ до новин за вашими інтересами.

- ☐ Можливість висловити свою думку у власному пості чи у коментарях до постів інших користувачів.
- ☐ Створення репосту необхідної публікації.
- ☐ Публікація та перегляд відео (у разі не порушення авторських прав).
- ☐ Прослуховування музики (у разі не порушення авторських прав).
- ☐ Перегляд стрічки.
- ☐ Придбання товарів та послуг.
- ☐ Онлайн-ігри.
- ☐ Розміщення інформації про професійну діяльність.
- ☐ Налагодження необхідних контактів в режимі онлайн.
- ☐ Відгук на опубліковану інформацію.

Стратегічний інформаційний вплив «Facebook» на всі сфери від бізнесу і політики до маскультури обумовлює постійну зміну корпоративної політики «Facebook» щодо контенту та безпеки даних користувачів, як завдяки внутрішній стратегії самої компанії, так і під впливом державних структур і громадської думки.

Так всесвітньо резонансним став факт, коли компанія «Cambridge Analytica», потенційно російського походження, під приводом наукового дослідження отримала дані з акаунтів близько 50 мільйонів користувачів «Facebook» в США, щоб використати їх для деструктивного маніпулятивного впливу на перебіг президентської передвиборчої кампанії в цій державі 2016 року [113].

До того ж стало відомо, що «Facebook» надав доступ до ключових інтерфейсів розробникам із китайських компаній – виробників мережевого обладнання, таких як Huawei, OPPO та TCL. [134]

В результаті: 1) її засновник М.Закерберг був змушений давати свідчення у Конгресі США; 2) компанія отримала величезний штраф;

3) компанія була змушена вдосконалювати систему захисту даних; 4) система була змушена посилити моніторинг та мацерацію контенту в мережі і авторів потенційно небезпечного контенту [134].

Результатом цих дій стала послідовна ліквідація, на підставі моніторингу та розслідування «мереж впливу», які утворились в «Facebook» для ведення деструктивної маніпулятивної інформаційної діяльності спрямованої проти США, України і т.д. і в розрахунку як на внутрішню аудиторію цих країн так і назовні [178].

«Facebook» активно використовує блокування не тільки «мереж впливу», а й особистих акаунтів за неточні (або неповні) дані про себе, неможливість підтвердити особу, «погану поведінку» у вигляді пропаганди, насильства, расизму, підбурювання до конфліктів, злих коментарів з образами інших користувачів, за небезпечний контент за спам-активність [85].

Сьогодні єдиній компанії «Meta» належать:

□ Соцмережі «Facebook» та «Instagram» (створений для обміну світлинами, відео та невеликими дописами, є можливість вести прямі ефіри, створювати історії, інколи цей додаток називають спрощеною версією «Facebook»).

□ Месенджери «Messenger» (сервіс для обміну повідомленнями та реакціями в режимі онлайн.) та «WhatsApp» (додаток для обміну текстовими повідомленнями, а також фото, відео та аудіо файлами).

□ «Meta Horizon Worlds» – це спільнота для ігор. Тут є квести. Meta Horizon Worlds безкоштовна, тому відразу можна грати. Є можливість вступати до спільноти, щоб спілкуватися з іншими гравцями. Meta Horizon Worlds відкрита для користувачів віком від 13 років; у деяких країнах є функції батьківського контролю для користувачів 13–17 років.

На сайті компанії «Мета» пропонують підписатись на «Facebook», «Instagram», «Threads», «Inkedin», «YouTube. Таким чином, формуючи єдиний інформаційний простір, який на сайті називають «Мета-простір».

Ще одна соціальна мережа, великі можливості при використанні якої доведено конкретними кейсами стратегічного масштабу є «X corp (раніше «Твіттер»)). Ця соцмережа зарекомендувала себе такою, повідомлення в ній (твіти) відомих політиків політична свідомість користувачів і, як наслідок, громадська думка сприймають як офіційну позицію чи підтверджений факт. На відсутність фактичного документального підтвердження цього факту чи позиції громадська думка може не сприйняти як суттєвий недолік завдяки швидкості і прямої прив'язки до впливового політика. Одночасно блокування акаунтів відомих політиків в цій мережі спричиняє болісну втрату останніми власного інформаційного охоплення, як це було із 45-м Президентом США Д.Трампом у 2021 році (акаунт був відновлений у 2023) [202].

У 2023 році змінився власник компанії та відбувся її ребрединг. Новим власником став І. Маск, який відразу змінив як назву – на «X», так і політику ресурсу. Тепер це не відома всім пташка і система коротких повідомлень. У розробників сайту є план «завдяки штучному інтелекту об'єднати усіх способами, які ми тільки починаємо уявляти». Це має стати додаток «для усього» – за словами Маска. У Ілона Маска є план пер форматувати колишній «Твіттер» на щось на кшталт китайського WeChat, який служить не лише платформою для обміну повідомленнями та медіа файлами, а є універсальним інструментом для оплати товарів, для бронювань квитків, тобто є платіжним інструментом [207].

Аудиторія «X (Твіттер)» в світі складає 353 мільйонів підписників [184].

Користувачі публікують «твіти», які можуть містити у собі світлини, відео, посилання та текст. «Твіт» публікується у профілі автора, відправляється його читачам та з'являється в результаті пошуку в «Х».

Українці не часто використовують Х (Твіттер) для спілкування та отримання інформації, новин. За даними опитування, для спілкування «Твиттер» користувались у 2021 році 5% українців, у 2022 році – 4%. Для отримання новин ця частка ще менша, по 1% у 2021 та 2022 роках [139].

Однак, на міжнародній арені ця платформа може впливати на прийняття політичних рішень, тому українські політики прагнуть брати активну участь у цьому інформаційному полі, щоб надавати важливі меседжі, які не залишать на «внутрішній ринок», а будуть досягнуті до свідомості політиків міжнародного рівня. «Українська правда» демонструє приклад вдалого «твіту», який спрацював на міжнародну політичну арену, «...О 6-й ранку 24 лютого 2022 року міністр закордонних справ Дмитро Кулеба написав у Twitter, що Росія розпочала повномасштабне вторгнення в Україну. Вже за кілька хвилин його цитували провідні міжнародні ЗМІ, як-от CNN та Reuters» [80].

Новини у Х народжуються у режимі реального часу, а тому їхня ефективність достатньо висока. Специфіка полягає у тому, що свіжий «твіт» працює тут і зараз, а тому важлива оперативність та залученість у цей інформаційний простір.

Згідно рейтингу руху «Чесно» «Твітер» популярний серед «євроорієнтованих» українських політиків: П.Порошенко має 1 млн. 330 тисяч підписників, Л.Василенко – 337 тисяч, А.Парубій – 195 тисяч, К.Рудик – 190 тисяч, В.Ар'єва – 126 тисяч, О.Гончаренко – 113 тисяч, у І.Совсун – 109 тисяч, В.В'ятрович – 53, 7 тисячі, С.Федина –

44,6 тисячі, а завершує топ-10 за кількістю підписників у «Твіттері» Р.Стефанчук – 41,6 тисячі [79].

Ще одним важливим параметром є охоплення допису. У цьому рейтингу серед українських політиків лідирує Л.Василенко із партії «Голос» – 99 тисяч охоплення одного допису, потім Г.Янченко «СН» – 53,4 тисяч, І.Совсун «Голос» – 38,6 тисячі, П.Порошенко «ЄС» – 34,9 тисячі, О.Гончаренко «ЄС» – 20,9 тисяч [79].

Ще одним кейсом ефективного в «твіту» від українського політика у 2023 році – «20 killed. 40 missing. 73 wounded. Tragic statistics updated from #Russia attack on #Dnipro. Behind the numbers are people's lives. The pain is felt through all #Ukraine pic.twitter.com/ESSYfjg1Gv» від Л.Василенко, який охопив понад два мільйони користувачів мережі.

Зараз очолювана та ребрендована І.Маском соцмережа має кейси заробляння на «Інфлюенсерах-екстремістах» [32]. А в контексті збройної агресії РФ в Україні, сприяє деструктивному впливу на громадську думку всього світу та, частково України, завдяки розблокування акаунтів російських пропагандистів та наявністю антиукраїнських «твітів» від самого І.Маска [156].

Трендовим серед української аудиторії представником політ-комунікативного хабу «Месенджери» є «Telegram». Багато в чому це сталося завдяки додатковим можливостям мережі, які дозволили їй вийти за межі формату обміну інформаційними повідомленнями між кількома людьми та групами щодо локальних специфічних тем, і стати повноцінним ЗМІ, яке пропонує новинний, аналітичний, розважальний та інші інформаційні продукти. При цьому, і це принципово, робить це дуже швидко і поза контентною цензурою, яка обмежує як традиційні ЗМІ, так і соціальні мережі, відеохостінги, офіційні інформресурси в Інтернет.

«Telegram» став серед українців найбільш популярною платформою для отримання новин у соціальних мережах (за результатами опитування, проведеного у 2022 році) [139].

Цей месенджер обрала переважна більшість українців і для спілкування. Відтак, у 2021 році «Telegram» користувалось 40% українців, а у 2022 році їхня кількість зросла до 66%. Для отримання новин у 2021 році «Telegram» користувалось 20% українців, у 2022 році їхня кількість виросла до 60% [139].

Така популярність є свідомством того, що цей канал комунікації є простим, доступним, із широким спектром можливостей порівняно із іншими месенджерами і ЗМІ. Він дозволяє розповсюджувати інформацію, коментувати дописи блогерів, селебретіс, політиків, топових бізнесменів, із потенційною можливістю отримати зворотній зв'язок. Це створює у підписників ілюзію власної значущості, можливості вплинути на важливі процеси, безбар'єрності у спілкуванні з такими людьми, які раніше здавались недоступними для пересічного громадянина, з «іншими». У свідомості громадян подібна комунікація переходить на рівень «всі свої, він\вона така ж людина як я»; «він друг, я вільно можу поспілкуватись із ним, вільно критикувати його діяльність» з потенційною можливістю прочитати та відповісти на критику. Свобода у висловлюваннях, відсутність цензури. Говорити можна все і кому завгодно. Цей простір має зовсім інші закони та порядки, порівняно із традиційними ЗМІ. Тому слід приділити прицільну увагу до такого месенджера, який скоріше не просто месенджер, а окремий канал комунікації.

«Telegram» – це кросс-платформний месенджер, який дозволяє миттєво обмінюватися повідомленнями, файлами будь-якого виду, які ширяться декількома протоколами. Розробники стверджують, що такий тип захисту є надійним та гарантує конфіденційність. В даному месенджері є технічна можливість для створення секретного чату, який

має наскрізне шифрування та оснащений таймером самознищення, така опція робить його привабливим для тих осіб, для яких секретність є дуже важливою [157].

Також в «Telegram» є технічна можливість створювати групи. Група тут стала одним із способів швидкого заробітку, організації форуму, швидкого обміну інформацією. Чим більше учасників у групі, тим більше шансів швидко заробити на цьому гроші.

У «Telegram» можна провести соціологічне опитування. Така функція є дуже зручною для отримання швидкого результату. Вона доступна. Не треба витрачати ресурси на обладнання та рекрутування людей для проведення опитування. Безумовний мінус такого опитування у тому, що воно без вибірки, а тому результат голосування продемонструє думку виключно аудиторії тієї групи, у яку інтегровані її учасники. До того, формат «Telegram» надає можливість адміністратору каналу вже на рівні інструментарію (формулювання питань) програмувати відповіді чи корегувати результати, не залишаючи альтернативній точки зору (нехай навіть екстремальній) можливості бути сформульованою. Наприклад, на телеграмм-каналі «Березовий сік» [136] (170 875 підписників станом на 15.10.2023 року). 15 жовтня було опубліковане соціологічне опитування (Anonymus pool) із запитанням: «У протистоянні Ізраїлю та Палестини, яке почалося після нападу ХАМАС та скоєними ними злочинами, ви на боці: 1) Ізраїлю; 2) Палестини; 3) У вас ніхто не викликає симпатій та антипатій; 4) Не можете обрати бік; 5) Вам байдуже. Наявно, що переважна більшість підписників цього каналу (94%) проголосувала за перший варіант, 1% – за другий варіант, 3% – за третій варіант відповіді та по 1% – за наступні два варіанти. Для того, щоб побачити результати голосування підписник сам має проголосувати, інакше ця інформація буде для нього прихованою. Також важливою є вже згадувана нами подача повідомлення, бо формулювання питання може

містити у собі й ставлення автора до проблеми, яка підіймається. Це також прихована форма впливу на свідомість, навіть якщо ви погоджуєтесь із думкою автора, ви повторно у свідомості фіксуєте «правильність» свого вибору. Серед переваг такого опитування можна зазначити його конфіденційність (або ілюзію конфіденційності) та більшу відкритість респондентів у їхніх відповідях, оскільки у голосуванні тет-а-тет людина не завжди щира у своїх відповідях, інколи соромиться говорити про свої вподобання, боїться осуду своєї позиції, тим більше, якщо наприклад суспільство підтримує протилежні ідеї. Тому такий анонімний тип опитувань (респондент сам може пересвідчитись в анонімності) з одного боку спрощує, робить умови комфортними для респондента, та з іншого ми констатуємо сумнівну достовірність цих даних з точки зору соціологічної науки.

«Telegram» передбачає таку технічну можливість для адміністраторів своїх каналів як «чат-бот», за допомогою якої можна створювати відкладені дописи, додавати кнопки реакції, додавати опитування. Це додатково робить «Telegram» не просто каналом інформування та впливу на свідомість громадян і громадську думку, а створює інтерактивне середовище та можливість відкритої комунікації, швидкого реагування, тобто підсилює цей вплив.

Так опція як «швидкі реакції» у вигляді смайлів на перший погляд може здатися дрібницею, але смайли дають можливість миттєвої реакції, та їхнє накопичення під дописом формує ставлення до допису. Це означає, що аудиторія, яка читає новини з цього каналу виражає позитивне ставлення до події, що відбулась, а ті читачі, які не залишають реакцій несвідомо орієнтуються вже на існуючі, таким чином, також формують своє ставлення до зафіксованої події у повідомленні.

Голосові повідомлення – невід’ємна частина телеграму. Такий тип повідомлень є доступним для будь-якої вікової категорії, спрощує

процедуру передачі повідомлення (текст не треба набирати), необмежена кількість повідомлень необмеженій кількості адресатів. Запис повідомлення можна пришвидшити/ сповільнити / прослухати ще раз. Подібний принцип у відео-повідомлень, плюс відео зображення [157].

Переважна більшість українців (82%) використовують смартфони для отримання новин [139]. Внутрішньо переміщені особи (ВПО) переважно користуються смартфоном для отримання новин, бо телефон є доступним та зручним девайсом, Також соціальні мережі є основним каналами отримання інформації як для (ВПО) 78%, так і для постійних мешканців 74% відповідно. Це є свідомством того, що основа інформація, яку сприймають, акумулюють та усвідомлюють українці міститься на різних Телеграм-каналах. «Telegram» у вигляді каналів здатен таргетувати на ВПО, ініціюючи, наприклад спеціальні канали для цієї категорії українців, які проживають в різних країнах, під приводом допомоги щодо змін у законодавстві цієї конкретної країни відповідно до біженців. А далі, коли певні категорії ВПО реєструються на таких «спеціалізованих» каналах вже адресно впливати на них.

За кількістю підписників в українському сегменті «Telegram» (за даними сервісу TGstat) в групу лідерів входять [109]:

- ☐ «Труха Україна». Кількість підписників складає 2 674 897
- ☐ «Украина сейчас: новости, война, Россия». Кількість підписників складає 1 642 683.
- ☐ «Николаевский Ванёк». Кількість підписників складає 1 486 969.
- ☐ «Реальная Война |Україна». Кількість підписників складає 1 333 702.
- ☐ «Лачен пише». Кількість підписників складає 1 314 467.
- ☐ «Инсайдер UA». Кількість підписників складає 304 642.

□ «Україна Online: Політика, новини». Кількість підписників складає 1 238 418.

□ «Всевидящее Око.Украин»а. Кількість підписників складає 1 140 674.

Нажаль в українському сегменті «Telegram» достатньо підписників мають деструктивні, маніпулятивні, відверто українофобні канали, такі як «Мир сегодня с «Юрий Подоляка» (2 761 006) та «Анатолий Шарий» (1 212 489) [109]. І це є стратегічною проблемою для політ-комунікативного Інтернет-середовища в Україні, вирішення якої складне, але необхідно з точки зору стратегічної інформаційної і національної безпеки нашої держави. Тому цей аспект ми розглядаємо у Підрозділі 3.4. цієї роботи в контексті пропозицій щодо стратегії протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям українською громадською думкою.

Потрібно розуміти той факт, що серед реальних підписників є частка й так званих «накручених», тобто це не реальні люди, які за власними мотивами обрали цей Телеграм-канал для прочитання, а боти, які можуть підійняти у рейтингу певний телеграм-канал.

Для повноти картини необхідно інтегрувати в аналіз ефективності «Телеграм-каналів» в українському сегменті рейтинг охоплення максимальної кількості читачів одним дописом каналу [109]:

- «Труха Україна». 983 тисячі 400 підписників.
- «Николаевский Ванек» 845 тисяч підписників.
- «Сергій Наєв». 831 тисяча 200 підписників.
- «Головнокомандувач ЗСУ». 648тисяч 400 підписників.
- «Лачен пише». 629 тисяч 300 підписників.
- «Инсайдер UA | Новини | Україна». 435 тисяч підписників.

Але і в контексті охоплення одним дописом, нажаль в українському сегменті «Telegram» залишаються деструктивні,

маніпулятивні, українофобні канали, такі як «Мир сегодня с «Юрий Подоляка» (1,6 мільйон в середньому прочитує допис на цьому каналі), «Анатолій Шарий» (802 тисячі), «Легитимный» . (535 тисяч), «Резидент» (495 тисяч) [109].

І це стратегічна проблема деструктивного впливу на вітчизняну громадську думку, пропозиції щодо вирішення якої представлені у Підрозділі 3.4. цієї роботи.

За «Індексом цитування» (кількість згадок каналу) рейтинг «ТГ-каналів» має такий вигляд [109]:

1. «Зеленський official – 7 394.
2. «Украина.ру» – 4 266.
3. «Служба безпеки України» – 4 260.
4. «Труха Україна» – 3 358.
5. «Офіс Президента» – 3 103.
6. «Реальна війна Україна» – 2 865.
7. «Инсайдер УАновини Україна» – 2 788.
8. «Головне управління розвідки МО України» – 2 763.

Наявність і в цьому вимірі антиукраїнських каналів («Политика страны» та «Анатолій Шарий») підтверджує моє твердження про необхідність формування та, головне, втілення стратегічної моделі протистояння деструктивному маніпулятивному Інтернет-впливу на політичну свідомість і громадську думку українського суспільства.

Маємо зазначити, що цифра кількості підписників не завжди є реальним відображенням ситуації, її може складати частка ботів. Для того, щоб точно знати чи є цифри вказані на каналі реальними чи вони «накручені» розроблені різні інструменти, як рейтинги вище – індекс цитування та охоплення одного допису каналу (та кількість читачів, які прочитують допис від числа усіх підписників). Таким чином, за версією сайту «Телегатор» [60] показник, що дозволяє виміряти кількість реальних читачів каналу. Його вираховують за такою формулою: «ER =

охоплення одного допису (середнє значення) ділимо на кількість підписників каналу і множимо на 100%». Де Engagement Rate (ER) — показник залученості або активна аудиторія вашої сторінки.

На прикладі ТГ-каналу «Труха Україна», який дублюється у всіх трьох рейтингах ми отримуємо такий результат: $983\,400 / 2\,674\,897 * 100\% = 36,76\%$. Тобто ми отримали відсоток (36,67%) активної читацької аудиторії каналу «Труха Україна». За посиланням на сайт Телегратор, значення вище 50% є хорошим результатом. Тобто, значення 30-40% є середніми, і ми можемо говорити про присутність тут ботів реклами та перепостів із взаємопов'язаними сайтами.

Тут слід приділити увагу хитрощам (маніпуляціям), які проводяться адміністраторами телеграм-каналів задля залучення якомога більшої «живої» аудиторії та за допомогою такого інструменту як телеграм-канал побудувати комунікацію зі своєю аудиторією та впливати на хід їхніх думок, формувати світогляд, позицію.

Таким чином систематизовані дані про технолого-психологічних можливостей «Telegram»:

1. Коли мова йде про лідерів думок (експертів у різних сферах). Користувач підписується на ці канали, читає дописи. Він може повністю довіряти їм або частково. Він може критикувати написане, але все одно прочитає та усвідомлює. Якщо кількість дописів та думок експерта збігаються із його власними або підтверджують його «правоту» у чомусь, то це зміцнює віру в те, що даний експерт справді кваліфікований і з більшою ймовірністю користувач продовжить читати його дописи на основі цієї сформованої довіри.

2. Користувач ділиться із друзями, знайомим, що є такий експерт. Розповідає про його дописи, рекомендує його оточуючим. Друг користувача / знайомий з більшою ймовірністю підпишеться на цей канал. Ймовірність збільшує приблизно однакові погляди на проблемні питання.

3. Зворотна тенденція базується на протилежному: друг якому користувач довіряє рекомендував відписатися від якихось сторінок, бо «фейк», «вкид», «деза». Вірогідніше за все користувач відпишиться.

4. Необхідно штучно збільшувати кількість підписників. Бо наступний потенційний підписник орієнтується на цифри – кількість попередніх підписників. Кількість уже існуючих підписок збільшує довіру до каналу, та користувач з більшою ймовірністю підпишиться на канал у якому мільйон підписників, ніж на канал у якому 100 підписників.

5. Вподобання як частина технології. Також мають маніпулятивний вплив на читача, оскільки користувачі орієнтуються в тому числі й на те «а як відреагували люди» (хоча здебільшого у каналів з великою кількістю підписників зазвичай і багато реклами та ботів, які також ставлять вподобання). Якщо стоять «сердечки» як знак гарного ставлення, користувачі підсвідомо оцінюють цей контент як прийнятний. Якщо користувачі не розділяють цю позицію, а мають протилежну думку – це викличе у користувача конфлікт із вже існуючими схвальними вподобаннями.

6. Якщо людина ще не впевнена у тому, як саме вона ставиться до тієї чи іншої події, то вподобання / «дізлайки» можуть сформулювати її ставлення до події або людини. Таким чином, охоплюється аудиторія тих підписників, що ще не визначилися до певної теми / персони.

7. Дискусії та «безладні суперечки», надзвичайні ситуації, курйози скандали із великою кількістю коментарів та перепостів завжди викликають суспільний інтерес (швидкий та короткий – швидко виникають та угасають). Але у каналів є шанс в такий спосіб підняти свій рейтинг.

Також до політико-комунікативного хабу «Месенджери» відноситься ціла низка застосунків, які працюють за подібним

алгоритмом, але не вийшли на рівень ЗМІ, як «Telegram», і концентруються на функції обміна інформацією між користувачами та групами. Найбільш розповсюдженими в «Україні» є «WhatsApp» (його ми характеризували при розгляді порталу «Мета»), а також «Viber». Останній є мобільним додатком який дозволяє створювати повідомлення, а також використовувати для аудіо або відео дзвінків. «Viber» був створений у 2010 році ізраїльтянами І. Магазиннік та Т. Марко. А у 2014 компанію викупила японська фірма Rakuten. Як і в «Telegram» у «Viber». є функція запису голосових повідомлень на невеличких відео повідомлень у чаті. Акаунт в цьому месенджері прив'язаний до мобільного телефону користувача і автоматично підтягує номери із телефонної книги користувача, щоб з'єднати його з існуючими контактами. З 2014 року у «Viber» з'явилась можливість створювати групи та групові чати.

Унікальну роль саме месенджерів як політико-комунікативного хабу характеризують події організованих та ефективних антиурядових протестів в країнах північної Африки та Близького сходу (так званої «Арабської весни») 2011 року, коли силові органи цих країн нічого не змогли зробити проти нового рівня горизонтальної самоорганізації протестуючих, яка відбувалася оперативно та мобільно, і важко відслідковувалася традиційними методами, не зважаючи на велику кількість учасників і їх неформальний статус. Тобто, якщо раніше, щоб організувати на спільні дії такі великі групи громадян, необхідно було здійснити велику кількість підготовчих заходів, які елементарно відслідковувались, а також під час самих виступів легко було внести дезорганізацію в середину протестуючих завдяки відсутності комунікації між ними, то месенджери звели ці превентивні заходи урядових сил нанівець [110].

Важливим політико-комунікативним хабом в Інтернет-середовищі стали он-лайн платформи для проведення «Соціологічних

он-лайн досліджень». Соціологічні дослідження – система логічних і послідовних методологічних, методичних та організаційно-технічних процедур для отримання наукових знань про соціальне явище, процес. Соціологічне дослідження являє собою систему теоретичних і емпіричних процедур [25]. Соціологічні дослідження використовують як інструмент для того аби заміряти суспільну думку з приводу того чи іншого питання. Людям легше орієнтуватись, коли мова думок та вибору переведена у мову цифр, рейтингів тощо.

Цей політ-комунікативний хаб відрізняється від інших, тим що комунікація, яку він забезпечує, по-перше, не є в чистому вигляді інтеракцією – реалізується між суспільством і політичними акторами через посередницькі структури: «аналітик + інтерв'юер», які проводять соціологічне дослідження чи «тг-канал або сайт або акаунт + адміністратор», на базі яких проходить певне опитування. По-друге, ця комунікація обмежена, тобто організатори дослідження регламентують її для громадянина, починаючи з теми, закінчуючи формулюванням відповіді, а потім власною інтерпретацією цієї відповіді для політичного актора.

Таким чином є два різновиди цього політ-комунікативного хабу: 1) соціологічні дослідження з дотримання необхідної наукової методики та процедури, але з використанням можливостей он-лайн фіксації, трансляції та обробки даних; 2) проведення опитування на Інтернет-ресурсах, що є досить наочним та дієвим для впливу на аудиторію – швидко та візуально яскраво, але не репрезентативно з точки зору адекватності результатів – результати відтворюють думку підписників певного Інтернет-ресурсу, а не суспільства чи мешканців певної території, тому реальна громадська думка чи підсумки реального голосування будуть значно відрізнятися від «картинки» презентованої на цьому Інтернет-ресурсі.

У випадку з соціологічними дослідженнями за процедурою раніше використовувались паперові носії для опитування громадської думки. Але зараз ця процедура здійснюється за допомогою електронних пристроїв (планшетів) та спеціальних програм, які дозволяють відразу прорахувати результати, синхронно із заповненням його інтерв'юером. В українських реаліях для проведення соціологічного опитування використовуються декілька програм. Наприклад, «DigSee Sure» – це off-line мобільний додаток, для проведення соціологічних опитувань, інтерв'ю, анкетувань, його можна встановити на мобільний телефон або планшет. Перевага off-line додатку полягає у тому, що анкету можна заповнити за відсутності Інтернет-зв'язку, а згодом, коли він з'являється результати автоматично відправляються на сервер [198].

Програма передбачає, що є центральний комп'ютер – сервер, на який відправляються усі результати з мобільних пристроїв, на які заливаються анкети для опитування. Шаблон анкети для опитування формується на сервері, потім відправляється на пристрої, а далі інтерв'юери можуть відкрити додаток та скористатись анкетною, провести опитування з урахуванням вибірки та локалізації.

Також є технічна можливість скористатись геолокацією, як встановлюється разом із програмою на пристрої та проконтролювати таким чином, де саме знаходиться інтерв'юер. У кінці опитування всі оброблені анкети спрямовуються на сервер, акумулюються там та автоматично обробляються. Далі у програмі «Excel» виводяться рейтинги та відсотки або інші задані параметри.

Другий варіант – он-лайн опитування на Інтернет-платформах має такий базовий алгоритм. На певному ресурсі, наприклад, ТГ-канал, формулюються питання до підписників каналу, а підписники можуть проголосувати та одразу побачити результати голосування інших підписників на дану годину. Одним з багатьох прикладів є проведене

на каналі ПолітиКум дослідження від 19 червня 2023 року. У опитуванні взяли участі 16 100 респондентів, які відповіли на питання: «За яку партію ви б проголосували, якби вибори в Верховну Раду відбулися в наступну неділю?» на основі опитування був сформований рейтинг партій: «Європейська солідарність» – 39%, «Слуга народу» – 26%, Партія Притули «24 серпня» – 5%, «Національний корпус» – 3%, «Партія Разумкова» – 2%, «Удар» – 2%, «Батьківщина» – 2%, «Українська стратегія В.Гройсмана» – 1%, «Голос» – 0,5%, Інша партія – 20%. [128]

Тобто, перехід від традиційних форм проведення опитувань до опитувань з використанням Інтернет-платформ спрощує процедуру, робить її доступною для усіх, зручною, однак, позбавляє можливості «живого спілкування» та формує нові шпарини для маніпулювання.

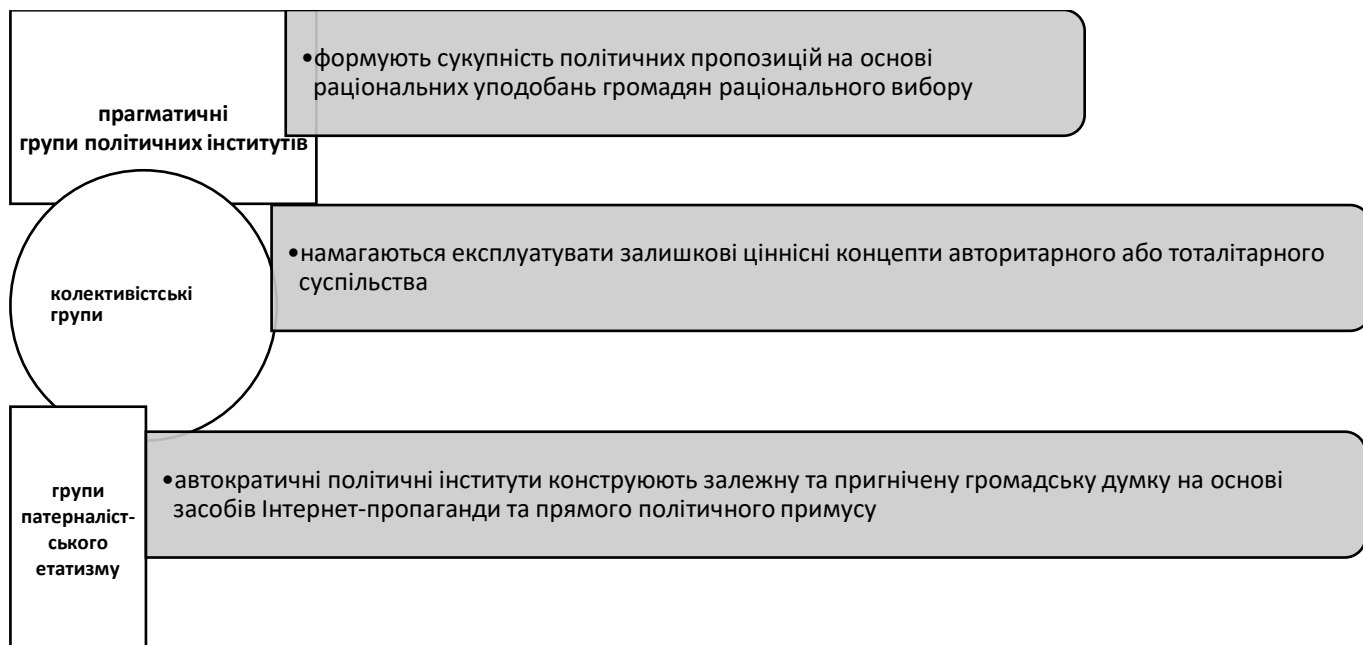
Ще одним політико-комунікативним хабом, який здійснює впливову комунікацію між конкретним політичним актором – державою – та суспільством є «Застосунки для державних послуг», які в Україні матеріалізувались у конкретному застосунку «Дія», а також додаткових сервісах, які громадяни можуть використовувати у відносинах з конкретними державними органами. Тобто це модель, коли «комунікація між суспільством та владою здійснюється через смартфон, це так звана «електронна демократія» [154]. Мова йде про застосування інформаційно-комунікаційних технологій для забезпечення прав громадян чи їх електронний супровід. Це означає, що традиційний спосіб подання заяв, звернень, запитів від громадян до органів влади чи місцевого самоврядування змінюється на електронний. А це своєю чергою, відкриває додаткові можливості та зручності (контроль за станом розгляду питання, швидкість зворотного зв'язку тощо)» [20]. Згадуваний нами додаток «Дія» «...це застосунок в якому усі потрібні документи в одному місці, у вашому смартфоні. «Дія» – це один портал, де можна отримати всі послуги онлайн: швидко, зручно та людяно» [151], та формування електронного підпису

та подальшого його використання також за допомогою додатку «Дія» або у банкінг-системі. Ці технічні можливості мають змогу громадянам звертатись до органів державної влади, адміністративних установ онлайн через смартфони. Така тенденція набирає обертів та все більше послуг та комунікації між державною та суспільством буде проводитись у мережі Інтернет за допомогою різних ресурсів.

На сьогодні цей політико-комунікативний хаб, у вигляді застосунку «Дія», вже розглядається як можлива платформа не тільки комунікації суспільства та держави у контексті реалізації прав та отримання послуг, а і у платформі для реалізації одного з ключових прав громадян – обирати владу шляхом таємного голосування. А саме голосувати тимчасово-переміщеним особам (ТПО) та військовим на можливих виборах в Україні до повноцінного закінчення бойових дій та повернення багатьох ТПО на батьківщину [23]. Тому з'являється можливість ідентифікувати та схарактеризувати формування стійких сукупностей (ареалів) групового Інтернет-структурування громадської думки.

Структуротворні конфігурації політичних акторів та політичних інститутів реалізують сценарії бажаного комунікаційного результату в рамках балансу ситуативних та стратегічних політичних інтересів. Принцип прагматизації визначає конфігурацію структуротворення яка спирається на пропозиціональність вимог громадян. Поряд з чистою прагматикою слід виокремити і колективні спільноти які на груповому рівні акцентують увагу на певних архетипових значеннях колишнього автократичного досвіду. За умови якщо демократизація гальмується або скасовується, структуротворними суб'єктами стають патерналістсько-етатистські групи які вибудовують ієрархію структурних компонентів громадської думки відповідно до символнознакового континууму автократичної державності. Ці сценарії є небезпечними для України в умовах протистояння із зовнішнім агресором.

Схема 5. Різновиди інституційних конфігурацій формування вибору моделі Інтернет-структурування громадської думки в умовах функціонування демократичних та перехідних політичних систем



Прикладом одного з перших «структуротворних» електронних голосувань є досвід сучасних США. «11 березня 2000 року на первинних виборах Демократичної партії в Аризоні, на яких А. Гор переміг Б. Бредлі. При цьому у виборах взяло участь вдвічі більше виборців, ніж на попередніх. Електронна система для електронного голосування зазнала певних технічних проблем, таких як перевантаження телефонних ліній, старі браузері, що не витримували навантаження» [1]. На сьогодні прикладом країни, яка на постійній основі викоритсовує практику електронних виборів є Естонія.

Зважаючи на той факт, що можливості Інтернет розвиваються, покриття шириться, стає витривалим і більшість людей різного віку вже інтегровані у політико-комунікативний Інтернет-простір, то проведення виборів он-лайн є реальною перспективою. Але окрім логістичних та юридичних постає питання довіри громадян до виборчої системи, до держави і, як наслідок, легітимність результатів виборів. Наприклад, наявність корупційної складової у виборчому процесі може

підірвати цю легітимність не з причини недосконалої технологічної логістики, а саме тому, що суспільство традиційно буде розглядати нововведення як додаткову технологію влади для досягнення бажаних результатів виборів у незаконний спосіб.

3. 3. Громадська думка в Україні як об'єкт структурування шляхом Інтернет-маніпуляції в умовах військових дій

Після Революції Гідності у 2014 року відбувається суттєва трансформація порядку денного та соціально-політичних орієнтацій українського суспільства. Значна його частина мобілізується навколо європейських цінностей та поступово змінюється підхід до політичної комунікації. І, як наслідок, це обумовлює зміни у структуруванні громадської думки. Але ці домінуючі комунікативні тренди не були актуальними для всього суспільства і укоріненими в суспільній та політичній свідомості українців як непохитні ціннісні константи. Тобто структурування громадської думки в Україні продовжувалося з урахуванням різноманітних комунікативних впливів як внутрішніх так і зовнішніх акторів. Обсяг інформаційного впливу з боку зовнішніх акторів передбачувано зростав. І якщо інформаційний вплив з боку європейських акторів здійснювався з дотриманням чітких стандартів щодо комунікації, достовірності інформації, раціонального обґрунтування та конструктивного наповнення, то політико-комунікативний вплив з боку рф вміщував в собі заздалегідь визначену деструктивну мету та маніпулятивні технології. Саме використання для впливу на політичну свідомість та громадську думку в Україні величезних ресурсів, деструктивних маніпулятивних технологій, стереотипів, які ще залишилися у частини українського суспільства завдяки перебуванню в єдиному соціо-культурному просторі під час радянського союзу, обумовили ефект цього впливу на подальше структурування вітчизняної громадської думки. Практичним

результатом цього стали результати проросійських політичних сил «ОПЗЖ» та «Партія Шарія» на парламентських виборах в Україні у 2019 році отримали на двох 2 мільйони 230 тисяч голосів [63].

З 2022 року в умовах російської агресії проти України зросло значення стійкості демократичних інститутів та укорінення практик демократичної громадської діяльності. Політичне Інтернет-середовище виступило основною ареною, де відбувається публічний вираз громадсько-політичних уподобань та формування кластерів громадської думки навколо актуальних тем, подій та значущих суджень. Динаміка та швидкоплинність цих процесів сьогодні спонукають до аналізу можливостей та ресурсного забезпечення української громадськості.

На зараз нагальним постає питання орієнтації сучасних громадських суб'єктів, спільнот, рухів та окремих громадян в технологіях та засобах «спотворення» реальності в комунікаційних процесах. Крім ворожої пропаганди, яка прямолінійно транслює упереджені монологічні меседжі, спрямовані на підрив стабільності та розкол українського суспільства, важливими викликами виступають децентралізація та мережева природа політичного Інтернет-середовища. До них додаються віртуалізація політичного порядку денного, відсутність стандартних та дієвих засобів протидії маніпуляціям тощо. Для сучасної української демократичної громадськості важливим елементом стійкості виступає постійне рекрутування нових мотивованих акторів, подальше залучення ресурсів та зростання професійності комунікаційної активності.

В ситуації війни максимально активізувалось не просто розповсюдження деструктивного маніпулятивного контенту, а реалізація комплексу ворожих ІПСО (інформаційно-психологічна спеціальна операція), які вміщують відпрацьовані механізми

психологічного маніпулювання та впливу і послідовні етапи реалізації [70].

Пошук елементів сталості та модернізації демократичного громадського середовища як основного джерела формування громадської думки вимагає відповіді на питання консолідації та співпраці громадських суб'єктів. Також актуалізується пошук моделей стратегічного комунікаційного впливу з метою імплементації демократичних практик та підходів.

Інституційна спроможність в українському контексті є широким поняттям, яке характеризує рух політичної системи до європейських параметрів дієвості й ефективності. Вона потребує розвитку на основі синхронної розбудови структурних елементів незалежної судової влади, вільної журналістики та проактивної громадськості.

Прийоми та методи впливу на громадську думку з боку політичних акторів формують середовище, яке негативно позначається на стані демократичної громадськості. Політичні сили та влада, які прагнуть створити сприятливе інформаційне поле, ресурсно значно переважають неурядові організації та рухи. Відповідно вони контролюють інформаційний порядок денний. Виявлення таких тенденцій вимагає експертно-аналітичної спроможності та професійних дослідних навичок. Український науковець доречно зауважує, що «доцільними є наукові дослідження громадської думки та розробка на їх основі механізмів ефективного впливу громадської думки на процес управління державою. Тому що громадська думка має забезпечити баланс між владою і суспільством. У розвинутих демократичних системах вона є дзеркалом процесів, що відбуваються в суспільстві» [158, с. 149]. Тут ми бачимо виклики для інституалізованої демократичної громадськості, які вимагають спроможності протистояти маніпулятивним впливам.

Пропагандистський вплив в умовах Інтернет-середовища на сучасному етапі виступає одним з провідних елементів гальмування демократичної трансформації. Проактивна позиція громадськості може істотно усунути ефект від пропагандистського навіювання. Однак це вимагає фахових навичок діяльності в Інтернет-середовищі. Згідно з В. Ярошенко, «завдяки функціям діагностики, оцінки, освіти та управління громадська думка проникає в усі сфери суспільного життя: промисловість, політику, право, етику, релігію, мораль, науку - і досягає поставлених завдань (і особливо (огляд), є ефективним елементом соціального контролю. Це відкрита форма соціального контролю, яка вимагає легітимізації людської поведінки та подолання анонімності» [158, с. 146].

Інтереси розбудови демократії в Україні вимагають фахового підходу для розуміння інституційного підґрунтя демократичної громадськості та громадської думки. Якщо перше поняття можна звести до сукупності недержавних неурядових акторів, то друге є набагато більш комплексним. Структурування громадської думки в умовах Інтернет-середовища відбувається також за тематичною ознакою. Маніпулювання порядком денним – це вже наслідок існуючої тематичної та предметної сфери медіа-комунікації та індивідуалізованих інтерактивних взаємодій громадян. Український фахівчиня-політолог В. Ярошенко справедливо вказує, що «завдяки діагностично-оцінній, виховній та управлінській функціям, громадська думка, проникаючи в усі сфери життєдіяльності суспільства: виробничу, політичну, правову, етичну, релігійну, моральну, наукову – і виконуючи названі (а насамперед оцінну) функції, є дієвим елементом соціального контролю. Це – публічний вид соціального контролю, що потребує легалізації поведінки людей, подолання анонімності» [158, с.149].

Чинники впливу на громадську думку з боку політичних акторів та соціальної природи Інтернет-комунікацій остаточно знімають питання про довільність та саморганізаційність процесів її формування. Тому актуальним є виявлення нових ресурсів та перспективних «активів» представництва політичних позицій. Протидія політичній цифровій гегемонії передбачає ресурсне забезпечення громадських гравців та усунення явища «соціальної прокрастинації» індивідуалізованих користувачів громадсько-політичної інформації. В. Ярошенко обґрунтовано називає актуальними наукові дослідження громадської думки та вироблення на їх основі механізмів запровадження дієвого впливу громадської думки на державно-управлінський процес. «Оскільки громадська думка повинна забезпечити баланс між владою і суспільством. У розвинених демократичних системах вона є дзеркалом процесів, що відбуваються в суспільстві. Є своєрідним індикатором, що реагує на подразники суспільного тіла. Також громадська думка становить важливий елемент народного тиску, котрий повинен впливати на політичний процес, аналізувати владні кроки і лобіювати народні інтереси», вказує українська вчена [158, с.147].

Впровадження до порядку денного державотворення пріоритетів самодостатності та саморганізованості громадської думки вимагає суттєвих зусиль. Серед іншого вона вимагає самообмеження держави та політичних акторів щодо контролю над громадською думкою. Також актуальними є нормативні обмеження маніпулювання та поширення фейкових новин. Зазначене потребує консолідації сучасних демократичних сил [48]. В. Ярошенко аргументовано вважає інституціоналізацію громадської думки «важливим механізмом та індикатором становлення інституту демократичної громадянськості в Україні. Для цього важливим є створення законодавчої бази, яка б гарантувала обов'язкове систематичне вивчення громадської думки та

зобов'язувала владні структури ухвалювати рішення з урахуванням волі та інтересів громадськості» [158, с.147].

Сьогодні в умовах прямої військовій агресії структурування громадської думки українського суспільства відбувається в парадигмі протиставлення принципових демократичних та патріотичних цінностей деструктивному впливу з боку рф, який посилюється, набув найбільш агресивних форм та використовує по максимуму всю низку технологічних, маніпулятивних методів та засобів і залучає величезну ресурсну базу для досягнення своєї мети на теренах України.

Реалізація деструктивного маніпулятивного впливу зовнішніх акторів на громадську думку українського суспільства в Інтернет-середовищі ґрунтується на використанні алгоритмів психологічної маніпуляції, ефективне втілення яких забезпечується завдяки технологічним та технічним можливостям Всесвітньої павутини та її політ-комунікативних хабів. Тобто на стратегічному рівні маємо констатувати симбіоз психологічної та технологічної складових в процесі деструктивного маніпулятивного впливу на політичну свідомість українців та вітчизняну громадську думку.

Психологічні прийоми, які застосовуються для маніпулювання людиною (її свідомістю) або ж суспільством звернені до рівня свідомості та підсвідомості. Виходячи з того, що психіка людини структурно є єдністю трьох її складових – свідомості, підсвідомості та моторики, то будь які вчинки людини є проявом цих компонентів. Отже, для того, щоб спонукати об'єкт психологічного впливу до певного сприйняття реальності та відповідної активності, потрібно впливати на його свідомість та підсвідомість, головним чином викликаючи певні емоції та включити у відповідну діяльність.

Основою політико-психологічного маніпулювання та деструктивного впливу на свідомість суспільства залишається контент. Звичайно, що сучасні можливості візуалізації та аудіолізації

інформаційних повідомлень підвищують їх маніпулятивний ефект – візуальні образи сприймаються швидше і емоційніше, ніж текстова інформація і тому можуть швидше викликати певні відчуття у людини і переконати в вірності отриманої інформації, навіть якщо вона вкрай сумнівна (піддатися маніпулятивному впливу), теж саме можна стверджувати про аудіодоріжку чи музичний фон, який буде супроводжувати інформаційне повідомлення. Всі ці прийоми давно використовуються в сфері кінематографу. Але там вони доречні, бо наявною метою кінострічки є художній погляд на реальність та створення образної картинки. А в інформаційній сфері, яка претендує на достовірність, ці прийоми вже визначаються як суто маніпулятивні, що викривляють реальність і тому вводять людей в оману чи здійснюють психологічний вплив. Втім, використання цих можливостей в Інтернет-середовищі є важливою, але лише частиною маніпулятивної структури, побудованої на відповідному контенті та стратегії його впливу на свідомість людей і громадську думку (донесення ключових наративів) [87].

Маніпулювання політичним контентом, як операції, що здійснюються над інформацією з метою прихованого управління адресатом, вміщує велику кількість напрямів та технологій, які постійно вдосконалюються та адаптуються під відповідний кейс: завдання, аудиторію, часові межі тощо.

Базовими напрямками тут є, по-перше, спотворення інформації, яке на практиці варіюється від відвертої брехні до окремих деформацій, таких як підтасовування фактів, зміщення акцентів.

По-друге, приховування політичної інформації, яке в найповнішому вигляді проявляється в замовчуванні, приховуванні певних тем.

По-третє, це – часткове (вибіркове) висвітлення певної теми чи вибіркова подача матеріалу. Буває, коли інформацію «виділяють» так,

що насправді є лише видимість передачі інформації, а вона не передається зовсім.

По-четверте – ціла низка маніпулятивних способів подання політичної інформації. Серед найчастіше використовуваних способів можна відзначити надання великої кількості інформації в сирому та (або) несистематизованому вигляді, що дозволяє заповнити ефір потоками некорисної для споживача інформації. Тобто утворюється «інформаційний шум», який дозволяє нівелювати контент, який заважає маніпулятивному впливу на громадян або в необхідний час створити корисний для цього деструктивного впливу порядок денний. Надалі використовуються способи, коли інформація подається малими порціями, що унеможлиблює ефективне користування нею, а також теми (інформаційні повідомлення) компонуються так, що наводять одержувача інформації на цілком однозначні висновки. Важливу роль тут відіграє момент подачі інформації. Найвідоміший прийом – показ у найменш (найбільш) зручний для користувачів час. [200]

Ще одним актуальним прийомом є одночасне подання повідомлень, що суперечать один одному. Наприклад, протиріччя між словами та інтонацією. Адресату доводиться обирати на яке повідомлення реагувати. Яка б реакція не була, маніпулятор завжди може заперечити, що йшлося про інше.

Суперечливість повідомлень використовується і в більш складних маніпулятивних комбінаціях. Коли навіть одні й ті ж самі джерела повідомляють різні дані з одного приводу. Це робиться для того, щоб сформувати у людей впевненість, що «ні одне джерело не говорить правду», «всі брешуть» та «повну правду ніхто ніколи не узнає». В результаті правдива інформація і джерело, яке її оприлюднить, не будуть сприйняті суспільством – люди вирішать, що і в цьому повідомленні є частина хибної інформації. Суспільство почне шукати «щось середнє» серед усіх інформаційних повідомлень. Як

наслідок в це «щось середнє» потрапить значна частина заздалегідь хибної інформації (частину правдивого контенту люди відштовхнуть, тому, що «всі брешуть», а частину хибного контенту – навпаки, сприймуть, бо «кожний говорить хоч небагато правди»). А отже маніпулятивна мета буде досягнута – суспільство сприйме частину хибної інформації як правду [144].

Це один з прийомів – «додумування» у потрібному напрямку, коли з якихось причин сказати прямо не можна розповсюджувати це інформаційне повідомлення. Але цей прийом має ефект не тільки з точки зору обійти заборону. Він вводить в дію психічний механізм, коли аудиторія охоче сприймає натяки та домислює по ним кінцевий зміст контенту. Тобто загадковість і «напівідкритість» контенту, «щось заборонене, про що неможна прямо говорити» активізує інтерес аудиторії і штовхає її відчувати себе дуже здібною, достатньо розумною та виключною, «щоб зрозуміти все з півслова». І ця емоційна реакція сприяє тому, що аудиторія сприймає контент як істинний без сумнівів і перевірок, погоджується з ним без критичного осмислення [70].

Окремим комплексом засобів маніпуляції контентом є створення «психологічного навантаження», тобто інформування, яке має на меті надати психологічний, у тому числі маніпулятивний, тиск на співрозмовника [82]. Серед стабільно використовуваних в контексті маніпулятивних інформаційних повідомлень є «універсальні висловлювання», які в принципі перевірити неможливо, а тому вони не підлягають обговоренню: наприклад «політика – брудна справа», «ця країна – є розмінною монетою» ін. Також «генералізації» (розширені узагальнення), у часі використовуються такі поняття «завжди», «постійно», «вічно». Наприклад: «них завжди чекати неприємностей». Досить актуальний прийом «активний захист це – напад». Тобто інформаційне повідомлення має на меті відмахнутися від можливої критичного осмислення наступного контенту, переклавши свою

провину та відповідальність на інших людей або обставини. Приклад: «Ми помиляємось, щоб не помилятися надалі», «Кожен народ має таку владу, яку заслуговує».

Ще один прийом для забезпечення впливу на політичну свідомість та громадську думку наступного контенту це різного типу «ухили». В стратегічному інформаційному контексті це може бути навмисне створення порядку денного, який чи то є не вигідним для опонента (альтернативної точки зору), чи опонент (альтернативна точка зору) буде сприйматися як вторинна відносно первинного інформаційного повідомлення (наративу), а отже заздалегідь неповною чи навіть хибною. Наприклад, дебати між кандидатами в президенти України В.Зеленським та П.Порошенком (2019 рік). Коли В.Зеленський перетягнув гру у своє поле (завідомо вигрешне), а П.Порошенко, який звик до традиційних політичних кампаній та дебатів, все ж був змушений прийняти правила гри В.Зеленського у його заклику провести дебати на стадіоні – «Стадіон так стадіон...», таким чином опинився в ситуації неорганічній для себе. [61]

В результаті, промова П.Порошенка стала не такою дієвою з точки зору впливу на аудиторію, оскільки глядачі чекали шоу, а не змісту передвиборної президентської програми. Емоційний стан аудиторії був піднесений та збуджений і тому сформувалось загальне враження програшу П.Порошенко. В результаті електорат, який не визначився, але схилився на бік В.Зеленського фактично отримав «зелене світло» та підкріплення правильності свого ще не сформованого до того дня.

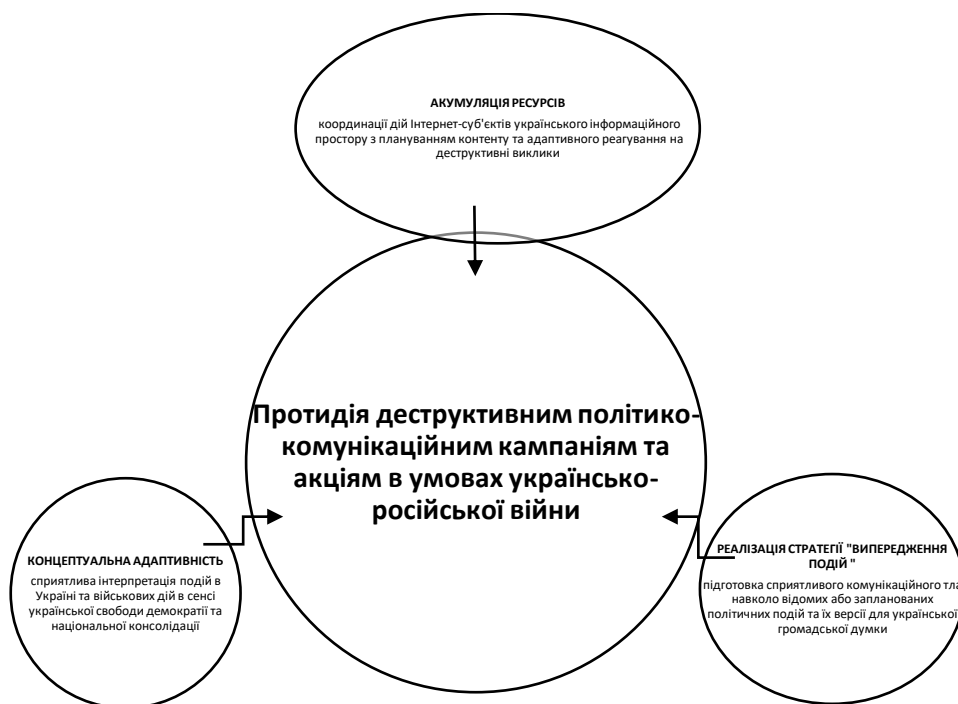
Маніпулятивний прийом «читання в серце» використовується для маніпулювання інформацією шляхом дискредитації її джерела. Ця дискредитація базується на тому, що розглядається не контент, а розкриваються ніби то глибинні мотиви того, хто цей контент представляє, і ці мотиви, звичайно, презентуються як виключно

негативні. Є кейси, коли цим «викриванням мотивів» все і обмежується, тобто конструктивний контент навіть не розглядається. На практиці цей прийом перетворюється як «затискання рота» автору небажаного контенту. Наприклад: «Скільки вам заплатили за те, щоб підтримувати цю думку?», «Ви так говорите, бо боїтесь наслідків?». Часто ми можемо спостерігати подібний прийом у коментарях до дописів політиків чи держслужбовців, як із боку самих політиків до громадян, так і у зворотному напрямі, коли люди прагнуть чути та бачити своє, використовуючи такий маніпулятивний прийом. Зазвичай спростувати подібне звинувачення («читання в серце») неможливо, як і довести його.

В умовах сучасного Інтернет-комунікативного простору, відкритого до будь-якої інтерпретації контенту на масовому рівні, досить часто застосовується прийом, звинувачення опонентів у злому умислі, або «кийок проти думки». Тобто будь-яку альтернативну точку зору, критику, справедливе викриття політика (партії, державного службовця) звинувачують у деструктивних планах і заангажованності. Наприклад, що цей контент є ворожим ІПСО [10].

Наприклад активісти намагаються довести шкідливість якогось заходу (урядового чи партійного). Натомість представник цієї організації (уряду, партії) намагається дискредитувати не контент, а його джерела: «Причина такого нападу на наш захід зрозуміла: це прагнення підірвати престиж нашої організації(уряду, партії). Вони намагаються будь-що розкачати човен. Чим більше розрухи, тим краще для подібних діячів». Наведений кейс свідчить про можливості виявлення деструктивних практик (спроб) структурування громадської думки.

Схема 6. Ідентифікація засобів протидії деструктивним політико-комунікаційним кампаніям та акціям в умовах українсько-російської війни



З прийомів, що мають в основі дискредитацію джерела незручної інформації, яка заважає маніпулювати політичною свідомістю суспільства, виділимо і «аргументацію до невігластва» – нейтралізація інформаційного повідомлення шляхом звинувачення джерела у непоінформованості в темі, що обговорюється. Наприклад, політичний актор публікує у своєму пабліку в соцмережі допис стосовно неможливості реалізувати певний соціальний проєкт. Та отримує коментар читача, що «бюджет міста (області, держави) дозволяє це зробити, а ще й багато чого іншого». У відповідь політик звинувачує коментатора у некомпетентності: «ви не знаєте з чого складається бюджет ...», «ви не знаєте скільки корисного для людей я заклав в бюджет ...», «можете стати на моє місце та покерувати, усі такі розумні...». Таким чином, знецінюється коментар та особа коментатора.

Прийом «інсинуація» – це різновид дискредитації саме джерела небажаного контенту, за допомогою натяків, кидаючи тінь на моральні якості чи компетентність цього джерела. Для цього використовуються, наприклад, судження, які не містять прямих тверджень, а тільки припущення. Більш того, в одному рядку можуть бути припущення і позитивними, і негативні (тобто це навіть наклепом вважати не має підстав). Але негативні характеристики чітко проговорюються і відокремлюються від інших за допомогою наявних засобів: наголосу, паузи, якщо необхідно, звукового ряду чи відеоматеріалу. Наприклад, закид в бік політичного актора може мати вигляд такої конструкції: «Чи обманював нас політик навмисно? Чи обманював ненавмисно? Чи просто він не знав про що говорить? Чи, можливо, він був в чомусь правий? Це мають вирішити відповідні органи та виборці!». В такій конфігурації аудиторія отримала три прямих негативних сигнали щодо політичного актора (навмисний обман, обман, некомпетентність) і вже сприйняла їх як твердження – як факт. А те, що це тільки припущення було донесено лише тоді, коли аудиторія сприйняла весь негатив. Більш того, обов'язок визначити, чи вірні були звинувачення перекладаються на «якісь органи» та саму аудиторію [48].

Дуже часто для маніпулятивного деструктивного впливу на свідомість та громадському думку використовуються різні варіанти спотворення когнітивної картини світу та законів логіки. Свідомо замаскована логічна помилка називається «софізмом» (від грецького *sophisma* - вигадка). Софізм є хитромудрим вивертом, за допомогою якого помилкове судження видається за істинне. Це своєрідне інтелектуальне шахрайство. До нього вдаються в тому випадку, коли ставиться завдання у будь-що виграти суперечку, здобути перемогу над суперником. Часто подібні прийоми використовуються політиками у пафосних промовах, спрямованих на емоційне піднесення.

Для деструктивного впливу на політичну свідомість людей використовуються маніпуляції з дефініціями та логікою у вихідному контенті, який потім перетворюється на комплекс хибних тверджень, наративів і т.д., які вже сприймаються, як істинні, бо якщо перша хибна теза не визнана хибною, то це дозволяє вибудувати на її основі певну деструктивно-маніпулятивну структуру із різних інформаційних повідомлень. Серед таких маніпуляцій: 1) «підміна тези», яка здійснюється заміною слів (наприклад: «більшість» на «деякі», «завжди» на «як правило», а потім – на «за певних умов»), таким чином формуючи у суспільства певне викривлене ставлення до подій або до осіб; 2) «багатозначність висловлювань», бо будь-яка мова вміщує слова, які припускають творчій і символічний підхід до трактовки у відповідності до контексту, а також рівня обізнаності людини, щодо даного визначення. Багатозначність в даному контексті йде поряд з символізмом, коли інформаційне повідомлення апелює до певних стереотипів, установок аудиторії. Наприклад, наративи: «світ на межі катастрофи» чи «нам потрібно єднання». Ці конструкції можуть мати безліч практичних трактовок щодо втілення: що робити і який має бути результат; 3) «обґрунтування тези нею самою», наприклад: «ми – величний народ, бо в нас велична місія. В нас велично місія тому що ми – великій народ» [200].

Можливості безперешкодної комунікації в Інтернет-середовищі стосовно будь-якого політичного питання підвищили вплив таких маніпулятивних прийомів як «думка експерта як показник істинності контенту» та «посилання на авторитети». З одного боку, кожний конкретний громадянин не може бути фахівцем в усіх питаннях, але мільйони людей відчують потребу брати участь у дискурсі, який їх хвилює, при чому бути не спостерігачем, а повноцінним учасником. Тому є великий запит на джерело інформації «експерта», який швидко і доступно пояснить особливості будь-якого складного політичного

питання чи ситуації. З іншого боку, обмежена цензурованість політ-комунікативного Інтернет-середовища, дозволяє виступати в ролі експертів не тільки фахівцям у відповідних напрямках, а й людям менш обізнаних, але харизматичних та переконливих. Тому що критерії визнання інформації істиною в цьому середовищі визначаються не тільки обґрунтованістю аргументів, а й згодою аудиторії вважати отриману інформацію такою, що відповідає істині. Тому посилення не експертну чи авторитетну думку сприяють впливу на аудиторію не стільки з точки зору аргументів, скільки як емоційний «таран» проти недовіри і звернення до конформізму людей не йти проти спеціалістів та загальної думки. Наприклад, «Вченими доведено ...», «Загально визнаним є», «Авторитетне видання заявляє, що...», «Експерт, який ніколи не помилявся в прогнозах впевнений, що». Таким чином технологія «створення та розкрутки експертів» в Інтернет-середовищі дозволяє здійснювати вплив на громадську думку за допомогою втілення «штучними експертами» в свідомість аудиторії необхідних наративів. Цей маніпулятивний прийом може трансформуватися відповідно до характеристик аудиторії. Наприклад, якщо мов йде про людей з певним рівнем освіти та статусу, то прийом може бути спрямованим на потребу цієї аудиторії відчувати себе частиною раціонально-мислячого товариства: «Ви ж розумна людина, тому не будете сперечатись з тим, що», «Як освічений фахівець Ви розумієте, що».

Цілий спектр маніпулятивних, прийомів, які активно використовуються в політ-комунікативному Інтернет-середовищі має за основу спекуляції на моральних цінностях. У кожному епоху є і свої «ходові істини», якими люди змушені погоджуватися з хибного сорому, з страху, що їх назвуть відсталими, безкультурними, консервативними, аморальними тощо.

Маніпулятивна модель «подвійної моралі» в структуруванні громадської думки ґрунтується на тому, що більшість людей схильні до певної двоїстості оцінок: одна шкала оцінок – для себе і того, що нам вигідно чи приємно, інша – для інших учасників процесу, в тому числі політичного, особливо для того, що нам шкідливо і не до вподоби. В етиці це виражається у формі «готтентотської моралі» [31].

Тому апеляція у інформаційному повідомленні до подвійних стандартів може сприяти тому, що теза чи наратив повідомлення буде схвалений аудиторією, не тому що це вірно, а тому, що вигідно і відповідає принципу «для мене – одні правила, для інших людей – другі».

В дискурсі учасниками якого є великі маси громадян, які не є справжніми фахівцями у певних політичних питаннях, значний ефект мають «зрозумілі для цієї широкої аудиторії аргументи». Саме ці аргументи більшість цієї аудиторії визнають доказовими, бо «незрозумілі», нехай навіть вірні доводи, не можуть бути визнані як переконливі. Ці аргументи можуть апелювати до: 1) «зиску» – логічне обґрунтування взаємної користі від ухвалених рішень, виходячи з миттєвої і зрозумілої вигоди, не переймаючись наслідками; 2) «до здорового глузду» – як апеляція до повсякденної свідомості і полісемантичного поняття замість реального обґрунтування. Наприклад, «давайте припинемо усі чвари стосовно цього питання – ми ж усі дорослі та свідомі люди і розуміємо, що нам треба потерпіти, поставитись із розумінням, далі буде краще ...». Тут ми констатуємо використання і аргументу до здорового глузду, єдиного трактування якого не існує, і до моралі, яка також відносна та має індивідуальний характер; 3) «до вірності» – базується на заклику до вірності чи повазі до певної особи чи структури, у якій працюють, чи держави; 4) «до авторитету і легітимності народу», який де-факто не є єдиним цілим і,

тим більш, нікого не уповноважував висловлюватися за себе: «мені здається, що народ має підтримати це рішення». [200]

На рівні обговорення на різних Інтернет-платформах, як важливого елементу маніпулятивного впливу на політичну свідомість, не менш важливого, ніж донесення інформаційного повідомлення до аудиторії, досить часто використовується маніпулятивна тактика, яка називається «Газлайтинг». Цю тактику можна описати різними варіаціями трьох словосполучень-тверджень, що заперечують наявний факт, ідею, аргумент: «Цього не сталося», «Ти це уявив» і «Ти збожеволів?». «Газлайтинг — це одна з найпідступніших маніпулятивних тактик, оскільки вона спотворює й розмиває ваше відчуття реальності; вона з'їдає вашу здатність довіряти собі й неминуче позбавляє вас відчуття виправданості у закликах до насильства та поганого поведіння». [200]

Наприклад російська пропагандистка Сімоньян у одному своєму виступі говорила про реальність організації вибуху ядерної бомби над Сибіром для відключення електронних пристроїв по всьому світу, а для здоров'я людей ніяких наслідків не буде. [108] Але декількома днями пізніше випустила відео-звернення із повідомленням про те, що нічого такого вона не говорила. [119]

Значного розповсюдження у сьогоднішніх деструктивних маніпулятивних впливах на політичну свідомість українців набув психологічний прийом «Проекція», який є захисним механізмом, який використовується для перенесення відповідальності за свою негативну поведінку та риси, приписуючи їх комусь іншому» [200].

. Прикладом використання «проекції» в політичному дискурсі сьогодення не тільки українському, а й всесвітньому є численні наративи рф про те що «ми напали на Україні, тому що Україна хотіла напасти на нас», «всі проблеми рф – провина США», «європейські

країни обмежують права рф не тому, що вона країна-агресор, а тому що це – русофобія».

В контексті інтерактивної комунікації в Інтернет-середовищі, використовується прийом «Зміна теми» з тієї, що заважає необхідному наративу чи аргументовано ставить його під сумнів – «зараз ми ведемо мову не про це...» – та продовжувати просувати передбачені заздалегідь тези [200].

Низка маніпулятивних прийомів для впливу на політичну свідомість використовують «Відчуття провини». Ці прийоми змушують аудиторію відчувати себе погано через те, що вона або зробила, або не змогла зробити, і змушує її прийняти той наратив, який суб'єкт маніпулювання «пропонує, щоб загладити свою провину». Наприклад, підтримати за певного кандидата чи партію і забезпечити йому/їй перемогу на виборах, тому що інакше (якщо переможе інший кандидат) у «ми залишимо своїх дітей без майбутнього», «батьків – без грошей», «приречимо країну на безлад» і т.д.

Частиною деструктивного маніпулятивного впливу з боку зовнішніх акторів стають різноманітні «Наклепницькі кампанії», які можуть відрізнятися за конкретним об'єктом кампанії (політик, партія, ідея, держава як інститут), метою (дискредитація, наліплювання політичних ярликів, кадрові зміни, навіть, масштабне громадське невдоволення), засобами. Але в основі будь-якої «наклепницької кампанії» є ситуація, коли суб'єкт маніпулятивного впливу не може контролювати поведінку об'єкта і починає контролювати простір навколо об'єкта, створюючи йому та собі певний імідж [82].

Комплекс технічних та технологічних складових, які надає Інтернет-середовище (присутні там політ-комунікативні хаби) для політичної комунікації і, як наслідок, для деструктивного маніпулятивного впливу на політичну свідомість українців та вітчизняну громадську думку, був окреслений нами у Підрозділі 3.2.

Але доречним є дати характеристику комунікативним технологіям, які є єднальними ланками між безпосередньо контентною складовою Інтернет-маніпуляцій і їх технологічним втіленням.

У технологічному контексті необхідні наративи та маніпулятивні прийоми для впливу на політичну свідомість українського суспільства здійснюються через так званих «Лідерів думок». На відміну від персоналій, які в українському політикумі і у суспільній свідомості дійсно є ідейними орієнтирами, це окрема група, яка маніпулює людьми задля заздалегідь визначної мети їх індоктринації у систему орієнтирів, яка передбачає їх підпорядкування зовнішньому деструктивному впливу так, щоб ці громадяни України відмовились від своїх думок та довірилися думці штучно утвореного для них «лідера думок». Якщо ця технологія реалізується, то люди, які попали під її вплив, будуть сприймати усі без виключення світоглядні позиції, які транслює цей «лідер думок» як автоматичні факти, що не потребують додаткових доказів і, тим більш, критичного погляду чи ревізії. Наступним кроком для цих «лідерів думок» є маніпулювання підконтрольними людьми, щоб вони відмовилися від своєї особистої самоідентичності та громадянської і національної складових власної ідентичності на користь групової ідентичності, яку пропонує (нав'язує) цей «лідер думок». Це трансформує соціальну та політичну свідомість людей у різновид сектантського світосприйняття. Самовіддані «сектанти», які ототожнюють себе з командою, охоче підуть проповідувати (пропагувати, агітувати) за те, що скаже їм лідер, як за істину. І це розширює повноваження лідера, водночас позбавляючи повноважень окремих людей. Отже, більша частина маніпуляцій лідерів спрямована на те, щоб люди інвестували все більше і більше в групу, включаючи емоційні інвестиції та інвестиції, засновані на ідентичності. І таке світосприйняття буде трансльовано на будь-яку сферу у тому числі політичну [200]. Саме тому такого масштабу досяг

деструктивний ідейний вплив, який здійснювався на частину українського суспільства через релігійні установи.

Знаковим прийомом з технологічного напрямку є «Навіювання», яке ґрунтується на класичних принципах агресивної маніпулятивної пропаганди «повторюй скільки буде можливість» та «збуджуй, а потім розслабляй». Технологія орієнтується на почуття та розраховують на некритичне сприйняття інформації і частково на рефлексії аудиторії. Механізм навіювання побудований таким чином, що спочатку викликається сильне збудження в обмеженій ділянці головного мозку при одночасному гальмуванні в решті її частин, а потім проводиться цілеспрямована розрядка, що закріплює у свідомості певну думку. Потім настає черга постійного повторення, яке забезпечує сприйняття певної ідеї (наратива) на рівні природних, які завжди були і їх всі підтримують. Наприклад, якщо одне і те саме повідомлення дублювати у різних Телеграм-каналах, то споживачі інформації рано чи пізно або повірять, або ж зацікавляться питанням чи справді ця інформація правдива. Але, навіть у другому випадку, технологія уже спрацювала, бо людина знайомилася та сприйняла інформацію і почала аналізувати, тому свідомість людини досягнула той матеріал, навіть якщо він фейковий, або частково недостовірний. Навіюваність як властивість має індивідуальний характер. Це означає, що інформаційне повідомлення матиме не однаковий вплив на адресатів. Але, чим масовіша аудиторія слухачів, тим більше вона навіювана. Такий феномен використовується у тоталітарних політичних системах для імітації «підтримки» своїх рішень.

Наймасовішою за актуальністю та залученістю є технологія, яка є продуктом саме Інтернет-середовища та охоплює всі його комунікативні ланки. Це – бото-діяльність. Боти – це активні учасники Інтернет-комунікації, яких фізично не існує. [150] Точніше, вони існують тільки у віртуальному вимірі, але адмініструються реальними

людьми. Але не за принципом «один бот – одна людина», а за принципом «структура з керівників, технологів, аналітиків, авторів контенту, техобслуговування, адміністраторів – структура з тисяч ботів». Тобто боти – це сторінки нереальних людей на Інтернет-платформах, які активно беруть участь у дискусіях, зокрема політичних, та поширюють дезінформацію. Їх стратегічне завдання – вплив на свідомість людей та формування громадської думки.

«Ферма ботів» – це структура з виробництва Інтернет-кліків, вона потребує меншого втручання людей. Є ферми ботів, де потребується втручання великої кількості людей-ботів. На кожній ботофермі працює багато ботів. Вони можуть бути розташовані в різних місцях, але можуть виконувати завдання за допомогою та введення керуючого пристрою машинного навчання. [70]

Конкретні кейси (відповідно до джерела, де інкогніто опубліковане інтерв'ю одного із працівників української ботоферми) говорять про наступне. Їхнім завданням було просування 20 основних тез. [155] Комерційний замовник звернувся із замовленням ширити певні думки серед суспільства. Задача керівника (куратора) – контролювати роботу, моніторити коментарі за допомогою спеціальних програм, які дозволяють відслідкувати кількість «потрібних» меседжів за допомогою ключових слів. Наприклад, за допомогою такого ресурсу як YouScan. [39]

Ботоферми використовуються в залежності від цілей, яких треба досягнути, поширеними способами їхнього застосування:

1. Залучення в соціальні медіа. Деякі ботоферми створюють підроблені облікові записи та використовують їх для взаємодії з вмістом соціальних мереж. Це може включати вподобання, коментування та поширення публікацій, а також підписку на облікові записи. Власники ботоферм можуть потім продавати цю участь

компаніям або окремим особам, які хочуть виглядати більш популярними чи впливовими в соціальних мережах.

Подібні явища ми спостерігаємо, коли просуваються проросійські наративи у соціальних мережах, під дописами політиків, аналітиків у формі реакцій, формуючи таким чином, рейтинг певного допису та ставлення до змісту допису.

2. Рекламні кліки: ботів можна запрограмувати натискати рекламу на веб-сайтах, приносячи дохід власникам ботоферми. Це часто робиться за допомогою реклами з оплатою за клік, коли рекламодавець сплачує комісію щоразу, коли хтось натискає на його рекламу. Таким чином, можна підняти рейтинги сторінок як рекламних товарів та послуг, так і окремих політиків чи політичних партій, організацій.

3. Розсилка спаму. Боти можуть використовуватися для надсилання спаму, електронних листів або коментарів користувачам для просування продукту або розповсюдження шкідливого програмного забезпечення. Деякі ботоферми стягують плату зі своїх клієнтів за розсилку спаму.

4. Збір даних. Боти можуть збирати дані з веб-сайтів, наприклад адреси електронної пошти, номери телефонів або особисту інформацію. Потім ці дані можуть бути продані компаніям або окремим особам, які хочуть використовувати їх у маркетингових чи інших цілях [70].

Роботою «ботоферм» є коментування актуальних дописів. Як зазначає колишній співробітник ботоферми: «Найчастіше коментатор спочатку спілкується в коментарях сам із собою. Він пише з різних акаунтів, може навіть імітувати протилежну думку, якій сам і заперечить від імені іншої людини. Тобто, коментатор нібито переконує людину з альтернативною думкою у своїй правоті, хоча

обидві ці людини – він. Щобільше, одночасно один коментатор може писати з п'ятдесяти сторінок» [155].

Окремим технологічним прийомом з використанням «ботоферм» є «фейкові лідери суспільної думки». На відміну «лідерів думок», яких ми аналізували вище, що реально існують, ці є продуктом віртуальної Інтернет-комунікації.

Для створення медійного шуму або для актуалізації певної теми у суспільстві, підвищити рейтинги якогось кандидата використовують фейкових (несправжніх) лідерів суспільної думки. Акаунти таких «лідерів» мають велику кількість підписок та створюються вони заздалегідь, для того, щоб до початку політичної кампанії була змога використовувати їх як засіб для маніпулювання [70].

На сьогодні штучний інтелект дозволяє згенерувати фото для достовірності, тому не є проблемою створити експерта-симулякра із обличчям, репутацією, підписниками та можливістю впливати на суспільство. Інколи такі «експерти» навіть дають коментарі виданням, щоб створити ілюзію реальності. Основне їхнє призначення це поширення неправдивих новин; завданням ботів є коментар цієї новини. Таким чином, формується перше враження та оцінка новини. Далі проглядаючи новини у соцмережах людина нашттовується на такі повідомлення читає коментарі, бачить реакції і на основі цього формує своє враження та ставлення до події. Якщо людина не критично налаштована до будь-якої інформації та її перевірки, то вона автоматично стає жертвою таких «новин».

Під час повномасштабної війни відбулось переформатування ботоферм, здебільшого це були російські ботоферми, які просували свої наративи. Згодом їхня підривна діяльність почала викриватися, та активізувались українські боти, які зосередили свою увагу на викритті фейків та поширення у світі інформації про війну в Україні [50], [51].

З правової точки зору робота ботоферм є незаконною, але по суті фіксація коментарів не є правопорушенням, тому дуже важко довести у правовій площині факт правопорушення та понести за це відповідальність. Це дає можливості ботофермам існувати та розвиватись. Більше того, ця технологія постійно розвивається, як з технічної точки зору, так і з точки зору психологічного впливу на свідомість людей. Задача суспільства тепер не тільки прочитати/прослухати інформацію, а фільтрувати, критично сприймати усю інформацію, уміти відрізнити фейк від факту, знаходити першоджерело інформації. А також створювати альтернативні ботофермам структури з завданням розповсюдження підтвердженої інформації і масованого заповнення комунікативного простору Інтернет власними коментарями.

3.4. Стратегії протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям, спрямованим на структурування громадської думки в Україні

На підставі результатів нашого дослідження, які ми виклали у попередніх розділах та підрозділах цієї роботи, маємо можливість, по-перше, визначити стратегічні напрями протидії Інтернет-маніпуляціям, що здійснюють деструктивний вплив на формування та структурування громадської думки в сучасній Україні та на ці процеси у майбутньому. А, по-друге, запропонувати динамічну модель, яка б поєднувала усі напрями протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям з урахуванням їх взаємозалежності та перспективи практичного втілення.

Особливу роль у перспективному звільненні громадської думки від тотального маніпулятивного контролю мають відігравати вільні медіа та окремі ініціативні журналісти. Інтернет-середовище та цифрові технології створюють умови мови безперешкодного поширення справжніх новин, суджень, обґрунтованої експертної аналітики тощо (що видно, зокрема, на прикладі дослідження А.

Мартінова [81]). Справа за ресурсної підтримкою спроможних та автономних журналістів та блогерів, зосереджених на громадському порядку денному. Згідно з І. Тонкіх, «принципово нову роль у блогах відіграє комунікативна функція. Інтернет-ЗМІ надають великі можливості двостороннього спілкування з аудиторією завдяки своїй інтерактивності. Інтерактивність передбачає не тільки наявність зворотного зв'язку, а й залучення читачів до співпраці, обговорення нагальних проблем, активної співучасті у процесі виробництва та поширення суспільно значущої інформації, тобто інтерактивність інтернет-ЗМІ перетворює традиційну (односпрямовану) модель комунікації на нову – Web 2.0 (двобічну, інтерактивну)». [131]

Отже, структурування громадської думки на основі діяльності демократичної громадськості суттєво ускладнюється внаслідок еволюції інститутів громадянського суспільства. В умовах російсько-української війни автономна та самодостатня громадська думка в Україні слугує запорукою стійкості держави на інформаційному фронті. Однак підвищення якості виразу думок та позиції дії може відбуватися лише внаслідок цілеспрямованої роботи з розбудови інституційної спроможності. [100]

Таким чином, інституційна спроможність демократичної громадськості в умовах сучасного політичного Інтернет середовища посилюється внаслідок консолідація офлайн- та онлайн акторів навколо провідних демократичних цінностей. В процесі кластеризації громадської думки відстоювання прав громадян та забезпечення публічного представництва їх позиції виступають завданнями, які не можуть втратити актуальності попри опосередкованість викликів діджиталізації.

Також індивідуалізація громадського вибору викликає запитання щодо можливості консолідації традиційних та нетрадиційних громадських інституцій в рамках єдиної онлайн- та офлайн-мережі.

Однак події російсько-української війни засвідчили, що демократична громадськість може бути гнучкою, креативною та пристосованою до швидких змін обстановки. Досвід розвитку українського волонтерського руху засвідчує, що адаптивні громадські структури можуть бути орієнтованим на цілеспрямоване формування громадської думки, яка буде відображати державницьку та патріотичну позицію, відстоювати інтереси громадян, долати сумніви та викривати ворожу пропаганду.

У такий спосіб з'являється можливість моделювання демократичної громадської думки України на основі кращих світових зразків та з урахуванням провідних вітчизняних практик. Головним елементом спроможності громадськості у формуванні адекватної (неманіпулятивної) громадської думки в українському суспільстві буде вплив на формування порядку денного, який буде відповідати інтересам провідних громадських спільнот.

Таким чином, ми пропонуємо базові принципи, з яких необхідно виходити при формуванні стратегії протидії Інтернет-маніпуляціям, що здійснюють деструктивний вплив на формування та структурування громадської думки в сучасній Україні.

По-перше – визнання не тільки існування та втілення деструктивних Інтернет-маніпуляцій політичною свідомістю та громадською думкою у сучасній Україні, а й певну результативність цих маніпуляцій. Тобто мова йде про визнання проблеми як такої та шкоди, яка вже завдана українському суспільству і продовжує завдаватись.

По-друге – розуміння, що деструктивні та маніпулятивні технології, зокрема з використанням можливостей Інтернет, в самому широкому розумінні цих можливостей, будуть використовуватися і надалі та, головне, вдосконалюватися і з технічної і з змістовної точки зору. Тобто, мова йде про те, що маніпулятивний вплив на будь-яке

суспільство залишиться обов'язковим елементом політичної конкуренції на різних рівнях (від локального до міждержавного) і його вдосконаленням будуть займатися цілеспрямовано та фахово. Отже, стратегія протидії такому деструктивному впливу на політичну свідомість має бути системою принципів, яка передбачає динаміку при їх втіленні. А саме постійну трансформацію, вдосконалення, зміну тактичних завдань, виходячи з наявної специфіки загрози деструктивного впливу. Бо догматичне та формалізоване «зведення правил» дуже скоро зробить весь процес протидії маніпуляціям зі свідомістю громадян неефективним – те, що буде робитися для захисту, не буде встигати за новими викликами (технологіями маніпулятивного Інтернет-впливу) і тому не буде захищати, а отже вирішувати проблему.

По-третє – усвідомлення того, що небезпека Інтернет-маніпуляцій політичною свідомістю та громадською думкою, може виникати з боку самих різних суб'єктів. А отже, в стратегічній перспективі, ефективним є формулювання універсальних напрямків захисту українського суспільства від можливих загроз в плані маніпулятивних Інтернет-технологій, орієнтуючись на відстеження та аналіз безпосередньо цих деструктивних технологій, а не на конкретних суб'єктів деструктивного впливу. Тобто поводження з загрозами має бути постійним пріоритетом, а джерело цієї загрози – змінною одиницею. Отже, сьогодні ми протидіємо рф як абсолютній загрозі для нашого суспільства, держави та кожного українця. Але у майбутньому суб'єкт деструктивного впливу може змінитися і потрібно буде діяти щодо локалізації загроз, що виникли, а не концентрувати увагу на «вчорашньому ворогу».

Перший базовий елемент стратегії протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям, спрямованим на структурування громадської думки в Україні можна назвати «Освітньо-формулюючим».

Ми виходимо з того, що громадська думка формується на базі сприйняття та усвідомлення інформації кожним індивідом, в нашому випадку – кожним громадянином України. Тобто ми говоримо про свідомісні та світоглядні речі. І будь-які дії ззовні (з боку держави, наприклад) юридичного, технологічного, інформаційного та іншого характеру не будуть мати ефект щодо протидії деструктивним маніпулятивним впливам якщо свідомість громадян беззахисна перед цими впливами. Звичайно, ми виходимо з суспільних відносин заснованих на цінностях демократії, свободи та дотримання прав людини, коли базові елементи політичної свідомості та громадської думки формуються без насильства над людиною та суспільством, що притаманне авторитарним диктаторським політичним режимам. Когнітивна, емоційна, ціннісна, оцінкова та інші складові свідомості індивіда є базою для захисту від такого роду впливу.

Формування бази для такого захисту – є сучасна освітня система адаптована до викликів, що пов'язані з деструктивним впливом з використанням Інтернет-можливостей. Формування та вдосконалення такої системи – дуже складний, динамічний, а головне ресурсоємний процес. Він пов'язаний зі змістовним наповненням і постійним його адаптуванням до нових викликів, зі втіленням та вдосконаленням моделей адміністрування цієї системи, а також з великим проміжком часу (десятиліття) для досягнення результату – формування необхідних захисних механізмів в індивідуальній та суспільній свідомості від деструктивних впливів. Крім того, необхідно мати на увазі варіативність самого поняття результат в даному контексті: чи достатньо загального рівня обізнаності громадян щодо маніпуляцій громадською думкою в політичному контексті, чи в суспільстві мають бути сформовані відповідні базові цінності, чи з індивідами повинні бути відпрацьовані конкретні механізми критичного мислення та аналізу ситуації, чи обов'язково необхідно оволодіння громадянами

конкретними механізмами розпізнавання маніпулятивного деструктивного впливу загалом та в Інтернет-просторі зокрема, чи доречним є формування в свідомості громадян поряд з базовими знаннями та цінностями ще й установок і навіть стереотипів, які допомагають у локалізації деструктивного впливу маніпулятивних Інтернет-технологій на громадську думку.

«Освітньо-формуючий» елемент стратегій протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям передбачає втілення на протязі всього процесу соціалізації, а можливо і ресоціалізації, громадян України. Але, звичайно, особливу роль він набуває на етапі формування особистості індивіда. Тобто мова йде про шкільний та студентський період життя громадянина.

Він має включати як отримання індивідом базових знань щодо законів функціонування політичної та інформаційної сфер, щодо алгоритмів формування та впливу на свідомість людини та громадську думку, щодо природи, методів та форм маніпулятивного деструктивного впливу (особливо латентного та неочевидного) та використання можливостей Інтернет для цього.

Отримання цих знань має бути системно обов'язковим, а не додатковим, бо саме від цього буде залежати безпека суспільства та держави Україна, а також кожного громадянина. Тому що, на сучасному етапі розвитку, інформаційна небезпека та агресія в цій сфері передують та супроводжують агресію безпосередню фізичну з боку ворожих диктаторських режимів.

Щодо логістики цього питання, то важливою умовою є оптимізація процесу надання громадянам України визначених знань та практик. Тобто на порядку денному відхід від формалізованого набору комунікативних транзакцій між певним викладачем та потенційними учнями на базі «прослухали – відзвітували» на користь сучасних адаптивних методів сприйняття інформації, яка допоможе вибудувати

кожному власний захист від деструктивного маніпулятивного впливу на свідомість та в решті на негативного структурування громадської думки.

Безумовно, ми маємо враховувати той факт, що освітня система не може і не має займатися тільки формуванням інформаційного захисту громадян. До того ж неможливо розраховувати на величезну кількість фахівців з інформаційної Інтернет-безпеки та маніпуляцій громадською думкою, щоб якісно забезпечити всі навчальні заклади країни.

Тому доцільно використовувати сучасні мобільні методи та ресурси для реалізації поставленої мети. Тим більш, що ми говоримо саме про протидію деструктивному впливу саме в Інтернет-середовищі. Отже доречною буде комбінована система спеціалізованих он-лайн та офф-лайн курсів, тренінгів, семінарів, стажувань, конференцій, зустрічей з медійними спікерами, а також інтерактивно-конкурентних форм навчання, як то квести, дебати тощо.

Звичайно, що у втіленні це має бути узгоджена система освітніх заходів різного формату з передбаченим оптимальним обсягом для обов'язкового оволодіння учнівськими та студентськими спільнотами.

Другий базовий елемент можна визначити як «Жорстко заборонний», який передбачає офіційну, ініційовану державою заборону певного Інтернет-ресурсу чи низки ресурсів на підставі її деструктивного впливу на політичну свідомість громадян та громадську думку у даній країні. Тобто для громадян в даній державі прибирають технічну можливість користуватися цим ресурсом/ресурсами. Мова може йти про конкретний інформаційний ресурс чи мережу, контент якої визнається державою як деструктивний, так і про усі інформаційні ресурси за ознакою належності до певної організації чи держави.

Показовим кейсом в цьому контексті є кампанія по забороні в США соціальної мережі ТікТок. 3 листопада 2022 цю соцмережу заборонили на державних телефонах та пристроях понад 20 штатів країни. Відповідний законопроект був прийнятий Сенатом США одноголосно.

Прийняття закону було обгрунтовано тим, що материнська компанія програми ByteDance, що базується в Китаї, може ділитися інформацією, отриманою від користувачів зі США, з урядом Китаю [115].

А у 2023 році штат Монтана став першим у США, який заборонив ТікТок від китайської компанії ByteDance. Заборона набуде чинності 1 січня 2024 року. Але на осіб, які користуються застосунком не буде накладено жодних санкцій. І, головне, Спроба колишнього президента Дональда Трампа заборонити нові завантаження ТікТок і WeChat за допомогою наказу Міністерства торгівлі у 2020 році була заблокована кількома судами і так і не набула чинності. Навіть зараз заклики заборонити ТікТок по всій країні або надати адміністрації Байдена нові повноваження для боротьби з ТікТок чи його заборони в Конгресі не були прийняті [137].

В Україні цей кейс було застосовано до Інтернет-ресурсів, які пов'язані з країною агресором – рф.

Дворовий М., юрист громадської організації «Лабораторія цифрової безпеки», стверджує про існування в Україні двох типів блокування інтернет-ресурсів [26].

Один – відповідно до закону «Про санкції» [36].

Він був ухвалений у 2014-му і доповнений сьомома Указами Президента. І це дозволило у 2017 заблокувати сервіси російських компаній: «ВКонтакте», «Однокласники», «Яндекс» та «Mail.ru». А далі була припинена трансляція понад 600 інтернет-ресурсів: російських пропандистських, органів окупаційної влади «квазі-

інфоресурсів» на тимчасово окупованих територіях, сторінок платіжних систем у соціальних мережах Facebook (зараз «Мета») та Twitter (зараз «X») [26].

Другий тип блокування був втілений в Україні у лютому 2022 року відповідно до постанови Кабінету міністрів України № 812 «Деякі питання оперативно-технічного управління телекомунікаційними мережами в умовах надзвичайних ситуацій, надзвичайного та воєнного стану».

Після повномасштабного вторгнення рф в Україну перелік російських ресурсів, які підлягають блокуванню було суттєво розширено: автономні системи, що які рф використовує для кібератак на українські інформаційні ресурси та поширення деструктивної пропагандистської інформації про хід війни і для дискредитації української армії, органів влади, громадян.

Вже 27 лютого 2022 року Національний центр оперативно-технічного управління електронними комунікаційними мережами України (НЦУ), видав розпорядження щодо блокування автономних систем (AS). Таким чином провайдерів зобов'язали заблокувати понад 48 мільйонів IP-адрес у російському сегменті інтернету [5].

Технічно блокування визначених Інтернет-ресурсів реалізується за допомогою трьох механізмів [5].

Унеможливлення перетворення імені сайту на його цифрову адресу – найбільш поширений механізм.

1. Блокування доступу до певних мережових цифрових (IP) адрес.

2. Блокування доступу до певної автономної системи (введений в Україні в лютому 2022 «на вимогу військового регулятора телекому»). Мова йде про блокування всього трафіку, який проходить через визначеного провайдера або дата-центр.

При реалізації «Жорстко заборонного» сценарію протидії деструктивному маніпулятивному впливу на громадську думку необхідно враховувати два чинника.

По-перше, це певна, хоча б стримана, згода суспільства на такі дії держави. Бо в іншому варіанті можна прогнозувати зростання популярності деструктивних ресурсів і їх перегляду громадянами за допомогою VPN-сервісів. А також невдоволення великої кількості громадян, які не згодні миритися з проблемами в роботі Інтернет (якщо в списку блокування наявні 600 автономних систем, то проблеми з роботою в Інтернет можуть виникнути) та неможливості доступу до сайтів, які не мають ворожого контенту, але завдяки блокуванню цілих автономних систем їх IP-адреси теж стануть заблокованими з боку провайдера (на одній цифровій адресі можуть існувати сотні сайтів і всі вони будуть заблоковані при блокуванні адреси).

По-друге, це обмеженість правових механізмів щодо контролю за виконанням операторами телекомунікаційного ринку положень закону «Про санкції». Законодавство України не визначає чітких технічних механізмів по блокуванню провайдерами відповідних сайтів. Стосовно ж розпорядження НЦУ, то за невиконання вимог винного провайдера можуть викреслити з Реєстру постачальників електронних комунікаційних мереж та послуг. Але механізм такого перебігу подій теж досить складний та неоднозначний. Наприклад у «Лабораторії цифрової безпеки» зазначають, що звіти щодо виконання провайдерами розпорядження НЦУ не були оприлюднені [5].

Окремо необхідно зазначити, що сценарій «Жорстко заборонний» має здійснюватися при наявності доведеної шкоди для суспільства та громадської думки з боку визначених Інтернет-ресурсів (гібридна війна, підрив обороноспроможності країни, загроза суб'єктності країни тощо), в правовому полі, з вичерпною аргументацією заборони та додержанням процедур, які передбачені в правовій демократичній

державі. Це є вкрай важливим приймаючи до уваги те, що жорсткі «заборонні» сценарії інформаційному, і не тільки, просторі притаманні авторитарним режимам у якості превентивної міри чи реакції на волевиявлення громадян. Так, за даними компанії «Surfshark», у 2022 році у світі від он-лайн обмежень постраждало 4,2 млрд. людей [2].

І саме додержання вищезгаданих умов є ключовою ознакою демократичної держава, яка вдається до цього «заборонного» сценарію в екстраординарних умовах і загрозах, які ставлять під сумнів існування суверенної держави як такої, фізичну і ментальну безпеку громадян, дотримання демократичних та гуманістичних цінностей.

Тому цей «Жорстко заборонний» елемент протидії деструктивним впливам на громадську думку в Україні має бути розроблений, набути якості стратегічного плану, який вміщував би в собі забезпечення юридичного механізму для реалізації (законодавчої бази), технічного механізму (як реалізовувати), критеріїв моніторингу контенту для визначення деструктивних Інтернет-ресурсів під заборону, алгоритму прогнозування щодо правових, технічних, контентних перспектив, бо суб'єкти деструктивного маніпулятивного впливу будуть вдосконалювати всі ці складові від технічних розробок, до юридичних лазівок і маніпулятивних технологій впливу на свідомість людей і громадську думку.

Третій базовий елемент визначений нами як «Державне обмеження». Цей елемент передбачає обов'язкові юридичні вимоги держав чи міждержавних об'єднань щодо регулювання контенту Інтернет-платформ.

Довгий час Інтернет-простір, зокрема його інформаційна та «соцмережева» частина, вважались вільними від цензури ззовні, і це позиціонувалося як виключна конкурентна перевага у контексті свободи слова при трансляванні інформації та висловлювання власної думки при її обговоренні. Але і державні органи і суспільство і самі

Інтернет-ресурси передбачувано прийшли до визнання необхідності регулювання не тільки статусу самих ресурсів (їх правової і, дуже важливо, бізнес-інституалізації, бо Інтернет-простір перетворився в величезний інформаційний ринок, який не може функціонувати без правил), але й контенту, який вони розповсюджують.

З початку це стосувалося базових питань закону та моралі (заклики до злочинних дій, пропаганда жорстокості та агресії, порушення почуттів людей за тими чи іншими ознаками).

Але на сьогодні наявним є великий деструктивний вплив, який може бути здійснений завдяки Інтернет-ресурсам на свідомість людей, і, як результат, на поведінку громадян, в тому числі політичну і електоральну, на структурування та визначення векторів і порядку денного громадської думки, а отже, на зміст політичних процесів в державах і прийняття стратегічних політичних рішень. І, якщо в основі цього ланцюжка процесів є маніпуляція, то кожна ланка (процес) може у перспективі мати деструктивний та загрозовий для суспільства і держави характер. В загальному контексті це означає підрив ключової цінності демократичного суспільства – свободи, як думки та слова, так і вибору та політичного волевиявлення. Тому що цілеспрямований маніпулятивний вплив на індивідуальну та громадську думку означає втрату, принаймні часткову, кожним громадянином власної суб'єктності, в тому числі політичної. Людина стає об'єктом цього деструктивного впливу, а її мотивація, думка, вибір, волевиявлення перетворюються на результат маніпуляції, втрачаючи реальну свободу. Тобто на зміну прямому обмеженню свободи громадян, який використовують диктаторські політичні режими, є загроза приходу опосередкованого обмеження (штучної зміни та регулювання) через маніпуляцію громадською думкою з використанням можливостей сучасних Інтернет-ресурсів. І це опосередковане обмеження стосовно свідомості громадян може бути навіть більш ефективним та

небезпечним ніж обмеження пряме. Тому що пряме викликає спротив і постійне бажання людей подолати ці стримуючі перешкоди до свободи. А маніпуляція свідомістю такого спротиву не викликає, і, як окрема людина, так і громадська думка стають більш керованими, а отже віддаляються від поняття істинної свободи, яке лежить в основі сучасної демократичної держави.

Далі до питань регулювання контенту додався цілий пласт питань, який стосується акумулювання та розповсюдження баз персональних даних користувачів. Що розширює можливості цілеспрямованого маніпулятивного впливу на громадян з використанням багатофакторного таргетування. Тобто форми, канали, контент маніпулятивної інформації до людини визначаються з урахуванням максимальної низки чинників: стать, вік, територія мешкання, сімейний стан. Інтереси, коло знайомих тощо.

Саме тому на сучасному етапі ми спостерігаємо не просто окремі кейси, а систематичну діяльність держав та міждержавних об'єднань спрямованих на регламентацію контенту Інтернет-ресурсів та на гарантування безпеки користувачів цих ресурсів та їх особистих даних.

Одним з найрезонансніших в цьому контексті був, звичайно, вже згадуваний нами кейс «Фейсбук – Cambridge Analytica», коли засновник «Фейсбук» давав відповідні свідчення в Конгресі США та його компанія отримала величезний штраф (спочатку йшлося про 2 трильйони доларів, потім про 645 мільйонів доларів) і була змушена вдосконалювати систему захисту даних та моніторингу контенту. [112]

Тоді компанія «Cambridge Analytica» змогла заволодіти даними з акаунтів Facebook близько 50 млн користувачів, переважно американського сегменту (чи то за допомогою підставних фірм чи то завдяки російсько-американському «нібито соціологу» з санкт-петербурзького університету О.Когану, який передав дослідницькі дані у «СА») для подальшого впливу, можливо рф, на вибори Президента

США у 2016 році. [113] Цей висновок було зроблено, тому що штаб кандидата в Президенти Д. Трампа під час проведення передвиборчої компанії замовляв послуги «Cambridge Analytica». А О.Коган отримував гранти від російського уряду на дослідження вподобань користувачів Facebook.

А далі, навіть з'ясувалося, що Facebook надав доступ до ключових інтерфейсів розробникам із китайських компаній – виробників мережевого обладнання, таких як Huawei, OPPO та TCL [134].

Також через судову систему та накладання штрафу держава здійснювала вплив на соціальну мережу «Твіттер» (тепер «X»). Приводом стало перешкоджання з розслідування екс-Президента США Дональда Трампа. А вже в 2012 акаунт Д.Трампа в «Твіттер» був заблокований цією мережею за підбурювання до насилля. [122] Але згодом новий власник цієї соцмережі І.Маск заявив, що це відбувалося ніби то «під тиском: «Під тиском сотень співробітників-активістів Твіттер заблокував Трампа, чинного президента США, хоча вони самі визнають, що він не порушував правил» [127].

Важливим кейсом щодо сценарію «Державного обмеження» є Акт про цифрові послуги (DSA), який набув чинності у Євросоюзі і стосується вимог до 19 найбільших онлайн-платформ (понад 45 млн користувачів у ЄС) щодо модерації контенту, конфіденційності та прозорості користувачів («запобігання поширенню шкідливого контенту, заборону або обмеження певних методів таргетування на користувачів, а також обмін деякими внутрішніми даними з регуляторами та пов'язаними з ними науковцями»). Потім дія цього Акту має розповсюдитися на всі онлайн-платформи не зважаючи на розмір та кількість підписників [135].

Порушників DSA може очікувати штраф у розмірі до 6% від глобального обороту, а неодноразовим порушникам – заборона

здійснювати діяльність в Європі. Цей Акт має торкнутися таких провідних соцмереж як «Мета (Фейсбук)» та «Х (Твіттер)», про що свідчить зустріч єврокомісар із питань внутрішнього ринку Т. Бретона з власниками цих мереж: М.Закербергом та І.Маском. Більш того, зрозумівши перспективу блокування мережі в ЕС, І.Маск погодився на так званий «стрес-тест» «Твіттера», щоб визначити чи відповідатиме платформа стандартам ЄС (без оприлюднення результатів). Але на прикладі того ж «Х (Твіттера)» ми можемо пересвідчитися, що модель «Державного обмеження» може стикнутися з необхідністю не тільки юридичної, а й фінансової та публічної боротьби з приватними власниками відповідних Інтернет-ресурсів та з їх ультиматумами спрямованими на те, щоб почати процес «торгівлі» з державою навколо умов та переліка заборон і, натиснувши на державу через споживачів (користувачів даного ресурсу), можливо пом'якшити їх. Так І.Маск заявив, що розглядає можливість упереджувальних дій у вигляді блокування мережі «Х (Твіттер)» для європейських користувачів [83].

У цьому випадку держава (держави) мають поважати права приватного власника і не можуть його змусити надавати послугу, якщо він цього не бажає. Тобто мова йде про необхідність бути готовим, що державне обмеження Інтернет-ресурсу не відбудеться автоматично, а буде передбачати перемовини з власниками, юридичне протистояння, додаткові витрати ресурсів і часу. І, головне, можливі іміджові втрати для держави у разі готовності власника реалізувати свої наміри навіть всупереч власним економічним інтересам. В такому випадку для держави залишиться, або тримати принципову позицію і тоді іміджові втрати будуть пов'язані з невдоволенням користувачів Інтернет-ресурсу, які частину провини за втрату улюбленої мережі будуть покладати саме на державу з її обмежувальними намаганнями. В іншому випадку, держава має піти на певні поступки власнику Інтернет-ресурсу, і це теж вдарить по її іміджу, як міцної структури,

яка продукує правила в інтересах суспільства і суворо слідкує за їх дотриманням, а з'ясовується, що це не так і держава не є гарантом своїх же рішень.

Зрозуміло, що сценарій «Державного обмеження», як і у випадку з «Жорсткою заборonoю», при реалізації його в Україні потребує ретельної підготовки: а) юридично (законодавча база та адміністрування прийнятих обмежень в судах, коли онлайн-мережі будуть передбачувано оскаржувати ці обмеження); б) технічно (технічні можливості втілити обмеження); в) технологічно (вимоги до онлайн-платформ та алгоритми моніторингу держави за порушеннями цих вимог з боку онлайн-платформ); г) процесуально (унеможливлення корупційних дій з метою порушення онлайн-платформами накладених обмежень).

Четвертий базовий елемент – це «Громадський вплив на корпоративну політику Інтернет-платформ». Мова йде про вплив на контентну та безпекову складові цієї політики Інтернет-платформ.

Звичайно впливові Інтернет-ресурси (особливо це стосується соціальних мереж), звичайно мають свої протоколи щодо недопущення деструктивних впливів на свідомість користувачів. Принципово ці принципи схожі у різних Інтернет-платформ. Наприклад соцмережа «X (Твіттер)» декларує чотири блоки такого модерування:

- 1) Безпека (агресивні висловлювання; організації, які пропагують насильство та ненависть; сексуальна експлуатація дітей; образи та переслідування; прояви ненависті; причетність до насильницьких нападів; самогубство; медіафайли делікатного характеру; незаконні або певні регульовані товари чи послуги).

- 2) Конфіденційність (особиста інформація; непогоджена оголеність; зламвання профілю).

- 3) Достовірність (маніпуляція та спам на платформі, чесність у проявах громадської активності і невтручання у вибори; оманливі та

фальшиві особи; синтетичний і підроблений медіаконтент; авторське право та торговельні марки).

4) Заборона сторонньої реклами у відеоконтенті [107].

Технічно це реалізується Інтернет-платформами через модерування контенту та обмеження можливостей його розповсюдження: прибирання контенту, «банування» авторів відповідного контенту за результатами моніторингу чи за наявністю скарг від великого числа користувачів, відповідні позначки за рівнем верифікації користувача.

Так мережа «Мета (Фейсбук)» відповідно до тяжкості порушення може відправити користувача «в бан» тимчасово (від 30 хвилин до 2 тижнів) чи, навіть, назавжди. А термін давності порушення не має значення. Привід «бану»: визначення адміністратора платформи чи/та скарги користувачів [85].

Блокування особистого профілю може бути за неточні (або неповні) дані про себе (несправжнє ім'я, неточна інформація про себе); неможливість підтвердити особу; «погана поведінка» (насильство і підбурювання Расизм, підбурювання конфліктів злі коментарі з образами інших користувачів незаконної діяльності); небезпечний контент (вбивства, порнографія, жорстоке поводження віруси або шкідливий код); спам-активність (репости новини, публікації політиків або інших відомих особистостей дуже часто) [85].

Але на вказаних в нашій роботі кейсах (зокрема скандал з використанням особистих даних користувачів «Фейсбук» компанією «Cambridge Analytica») та інших) можна переконатися, що внутрікорпоративну політику Інтернет-платформ щодо деструктивного маніпулятивного впливу на громадську думку необхідно постійно стимулювати та корегувати не тільки завдяки внутрішнім ресурсам самої Інтернет-платформи, а й завдяки зовнішньому, державному та громадському впливу стосовно даної проблеми. Маються на увазі як

санкціонування державою дій для мотивування Інтернет-платформ щодо боротьби з деструктивними маніпулятивними впливами на користувачів (від контенту до конфіденційності особистих даних користувачів), так і громадську діяльність, привернення уваги суспільства, створення суспільного резонансу та впливу на Інтернет-платформи з цією же метою. Інструменти впливу суспільства можуть бути як формальними (звернення до судів щодо порушень Інтернет-платформами), так і громадськими, наприклад флеш-моби з масовими скаргами до адміністрації Інтернет-сервісів на контент чи його автора, чи інші способи виявлення громадського невдоволення.

Так показовими результатами нових стандартів у «Facebook» після втручання державних інституцій та громадського впливу стали відключення у двох непов'язаних «мереж впливу» Китаю та РФ за порушення політики компанії проти скоординованої недостовірної поведінки. Операція з впливу китайського походження охоплювала безліч соціальних мереж і була першою операцією, націленою на внутрішню політику США напередодні проміжних виборів 2022 року та зовнішню політику Чехії щодо Китаю та України у вересні 2022 року відбулось.

Раніше китайські впливи в «Facebook» були спрямовані на критику США перед міжнародною аудиторією, а не на внутрішню аудиторію США.

Але наявні ліквідовані китайські невеликі «мережі впливу», були зорієнтовані на китайську аудиторію в США, та меншою мірою на франкомовну аудиторію усього світу. У США їхня діяльність була однаково орієнтована як на тих людей, які підтримують владу, так і на тих, хто підтримує опозицію. У Чехії діяльність мала антиурядовий характер, критикуючи підтримку України у війні з Росією, та таким чином, справляючи негативний вплив на чеську економіку.

Кожна група акаунтів публікувала контент в невеликих об'ємах в робочій час у Китаї, відповідно цільова аудиторія у цей час спала, це була одна із зачіпок, яка допомогла знайти джерело продукування недостовірної інформації. Були видалені сторінки, де особи видають себе за іншу та публікування недостовірної інформації.

Російська «мережа впливу» була націлена, в першу чергу, на Німеччину, Францію, Італію, Україну та Велику Британію, поширюючи розповіді, зосереджені на війні в Україні та її наслідках через розгалужену структуру з більш ніж 60 веб-сайтів, що видають себе за законні новинні платформи.

У 2022 році ліквідована величезна «мережа впливу», яка була створена в РФ та спрямовувала свою діяльність на аудиторію Німеччини, Франції, Італії, України, Великобританії. Усі її матеріали були зосереджені на війні в Україні.

Існувала велика мережа «впливу» із більше ніж 60 сайтами, які маскувались під відомі новинні сайти Європи, включаючи «Spiegel», «The Guardian» и «Bild», вони публікували оригінальні статті, у яких критикували Україну та українських біженців, підтримували Росію та стверджували, що західні санкції щодо Росії матимуть негативні наслідки. Потім публікації підіймають у рейтингу, створюються меми та відео на «YouTube», та у багатьох сервісах «Facebook», «Instagram», «Telegram», «Twitter». Мови, якими робились публікації: англійська, французька, німецька, італійська, іспанська, російська та українська. Тобто, так, щоб для кожного користувача це було доступно та зрозуміло [178].

Але ключовим вектором для стратегії України щодо деструктивного впливу зовнішніх політичних акторів в Інтернет-середовищі, поряд з заборонними алгоритмами різних типів, має стати формування порядку денного з цього питання, просування в політичній свідомості відповідних наративів щодо масштабної шкоди для

українського суспільства та держави негативного маніпулятивного впливу на структурування вітчизняної громадської думки.

І п'ятий стратегічний елемент, який ми пропонуємо це «Альтернативний вплив в Інтернет-середовищі». Він передбачає забезпечення власного (в інтересах українських держави та суспільства) впливу на політичну свідомість громадян України та громадську думку, який є альтернативою деструктивно-маніпулятивному впливу, який здійснюється зовнішніми акторами. Ця альтернатива має не заборонну чи обмежувальну концепцію (як другий, третій та четвертий елементи, які ми пропонували вище), а активно-утворюючу. Мова йде про послідовне і концептуальне формування комунікативної системи, яка була б спроможна, по-перше, створювати необхідний порядок денний та комплекс відповідних конструктивних наративів, а по-друге – просувати та масштабувати їх в широкий комунікативний контекст, роблячи значущими в політичному дискурсі як українського суспільства, так і для громадської думки інших країн, а, в ідеалі, впливало би на суспільну і політичну свідомість населення агресивних та недружніх для нас країн.

Безумовно такі завдання потребують розкладки на конкретні напрямки діяльності та подальшого стратегічного опрацювання, визначення тактичних задач, операційного планування та адміністрування кожного з цих напрямків.

Базово ми можемо говорити про такі напрямки як:

1) Моніторинг наявного порядку денного визначеного (визначених) масштабу та локації.

2) Сегментування необхідного контенту відповідно до цільових аудиторій, на які буде здійснюватися вплив.

3) Систематичне створення відповідного контенту, з урахуванням динаміки як громадської думки так і можливих (наявних) деструктивних впливів ззовні. Тобто, якісного, фахового (експертного),

актуального, але при цьому зрозумілого та цікавого для відповідних аудиторій.

4) Перетворення необхідного контенту у ті смисли та форми подання, які будуть актуальними для обраних цільових аудиторій.

5) Просування контенту, з використанням необхідних технічних та фінансових ресурсів, маркетингових та рекламних засобів тощо.

6) Адміністрування контенту в самому широкому розумінні цього терміну: від комунікації з Інтернет-платформами щодо умов форматів розміщення контенту до забезпечення певної дискусії навколо необхідного контенту задля його подальшої популяризації та просування. В даному контексті мова може йти, як про залучення до участі (дискусії) експертних та медійних фігур до наявності штату спеціалістів, які б забезпечували кількісний і якісний рівень коментування визначеного контенту, як конструктивного з нашого боку, так і деструктивного – ззовні. Зрозуміло, що конотації та аксіологічні визначення щодо конструктивного та деструктивного контентів мають бути різними.

Запорукою ефективного втілення запропонованої нами стратегії, має стати визначення діяльності щодо протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям, спрямованим на структурування громадської думки в Україні як одного з пріоритету державної політики в сфері політичної і громадської комунікації.

Також необхідним є розуміння цієї діяльності як комплексу державних та недержавних проєктів з відповідними критеріями їх ефективності: досягнення поставленої мети, а не виключно звітність, обґрунтовані інвестиції в проєкт, а не витрати, динамічне реагування на зміни в інформаційному Інтернет-просторі тощо. Тому в контексті виключно діяльності органів державної влади виконати ці завдання своєчасно та в повному обсязі буде проблематично. Тому для підвищення ефективності до цього процесу необхідно залучення на

умовах аутсорсингу фахових організацій з громадського та приватного сектору. І в цьому сенсі має бути вирішене ще одне паралельне і не менш масштабне завдання, як-от: унеможливлення корупційних ризиків в межах даної моделі реалізації стратегії протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям, спрямованим на структурування громадської думки в Україні.

Висновки до розділу 3

Як бачимо, «інтернетизація» політичної комунікації є домінуючою тенденцією в сучасному світі загалом, і в сучасній Україні, зокрема. У 2022 році користувачами Інтернету були більше 5 мільярдів людей – 63% населення світу. А безпосередньо за 2021-22 роки загальна кількість користувачів Всесвітньої павутини зроста майже на 200 млн.

Найбільший приріст Інтернет-аудиторії в Україні був зафіксований у 2012-2013 роках і склав 16%, що довело частку вітчизняних Інтернет-користувачів майже до половини населення країни. У 2022 році показник користувачів Інтернет в Україні досяг 85%. А серед молодих людей віком 18-35 років користуються Інтернетом щодня 96%. Використовують смартфони для споживання новин 82% респондентів. А серед молоді віком 18- 35 років цей показник сягає 92%.

Імпульсом для підвищення соціальної значущості та впливу Інтернет-комунікації в усьому світі і в Україні, зокрема, стала епідемія COVID-19 та пов'язана з нею соціальна ізоляція і переміщення навіть побутового спілкування в Інтернет, а за ним і професійної, політичної та іншої комунікації.

Таким чином, політична Інтернет-комунікація охоплює більшу частину людства, має в своєму складі численні підсистеми, які відповідають всім напрямкам соціального існування людини, а також

функціонує за власними правилами, що проходять певні етапи еволюції, як і соціальні відносини людей. Технічне (покриття та якість сигналу), технологічне (наявність широкого спектру комунікаційних послуг, в тому числі тих, які пропонують традиційні медіа) та контентне (змістовне наповнення) вдосконалення впливу Інтернет стало домінуючою тенденцією та обумовило витиснення традиційних каналів політичної комунікації.

Тобто Інтернет з важливого, але допоміжного засобу, необхідного для політичної комунікації та впливу на громадську думку, тепер став тим, що визначає багато процесів, які відбуваються в політиці та громадській думці режимі «офф-лайн». Тому ми аналізували мережу Інтернет як комунікативне середовище, де громадська думка формується, структурується та проходить певні етапи своєї еволюції як в цілому, так і в контексті конкретного політичного дискурсу.

Україна рухається в контексті світових тенденцій політичної Інтернет-комунікації, яка залежить від двох чинників: 1) технічного: територіальне розширення покриття Інтернет і можливість людей користуватися відповідними пристроями (гаджетами); 2) ментального: готовність та бажання приєднатися до комунікативного середовища Інтернет (користуватися інформаційними ресурсам, зареєструватися в соцмережах та месенджерах, спілкуватися он-лайн).

Завдяки спроможності Інтернет-технологій можливості перетворити інформаційне повідомлення на елемент впливу на свідомість людей та громадську думку зросли в рази. Наприклад, велику ефективність демонструє підхід, коли найшвидше запропонована інтерпретація будь-якого факту з урахування очікувань та стереотипів певної частини аудиторії стає для цієї аудиторії реальністю, яка спонукає на дії.

Сучасні тренди, які домінують в Інтернет-середовищі, стверджують інтерактивну модель комунікації. У політичній комунікації інтеракція постає як діалог чи комплекс діалогів між політичними акторами в особі влади, опозиції, суспільства та міжособистісне спілкування виборців. Учасники цього процесу здійснюють власні комунікативні акти, які можуть нести в собі і інформування, і афективну складову, і власну інтерпретацію, тобто оцінкову складову, і рекламу, і наративи. Але головним в цій інтеракції є не тільки донесення до людей інформаційного повідомлення, а саме вплив на їх свідомість та на громадську думку з тією чи іншою метою.

Нами були відокремлені 7 базових політико-комунікативних хабів (вузлів) в контекстів політичної комунікації та впливу політичних акторів на громадську думку: а) «Інформаційні платформи» (сервіси новин, інформаційні сайти, сайти традиційних ЗМІ); б) «Інтернет-ресурси (сайти, акаунти в соцмережах, телеграм-канали, ютуб-канали) політичних акторів» (політиків, партій, державних структур); в) «Відеохостінги» (Ютуб, Твіч і т.д.); г) «Соціальні мережі»; д) «Месенджери»; е) Застосунки для проведення масових соціологічних опитувань; ж) Застосунки для Державних послуг.

Кожний з цих хабів має багатокомпонентну структуру та суб'єктів, які здійснюють широкий набір політ-комунікативних актів та мають різну аудиторію (рейтинг за кількість відвідувачів сайту/акаунту/каналу, підписників, фоловеров, переглядів та реакцій на конкретну публікацію, користувачів месенджерів та ін.).

Власні Інтернет-ресурси (сайти, акаунти в соцмережах, канали в месенджерах та ін.), мають практично всі політичні актори від найвищих органів влади і найрейтинговіших політиків до органів місцевого самоврядування і регіональних політиків в кожній об'єднаній територіальній громаді (ОТГ). І це стало не просто трендом, а обов'язковою практикою для будь-якого політичного актора. С

одного боку це дозволяє політичному актору мати хоча б мінімальний обсяг необхідної комунікації з суспільством, а з іншого – стає річчю на кшталт паспорту в повсякденному житті.

В контексті хабу «Соцмережі» «Facebook» в українському Інтернет-просторі зберігає виключний вплив, хоча його популярність зменшується. Частка українців, які користуються Facebook для спілкування у 2022 році склала 51%, але у 2021 році мережею користувалось 65% респондентів. У 2022 році частка українців, які використовують мережу для отримання новин склала 25%, тоді як у 2021 році було 43%.

Трендовим серед української аудиторії представником політ-комунікативного хабу «Месенджери» є «Telegram». Цей месенджер обрала переважна більшість українців і для спілкування. Відтак, у 2021 році «Telegram» користувалось 40% українців, а у 2022 році їхня кількість зросла до 66%. Для отримання новин у 2021 році «Telegram» користувалось 20% українців, у 2022 році їхня кількість виросла до 60%. Багато в чому це сталося завдяки додатковим можливостям мережі, які дозволили їй вийти за межі формату обміну інформаційними повідомленнями між кількома людьми та групами щодо локальних специфічних тем, і стати повноцінним ЗМІ, яке пропонує новинний, аналітичний, розважальний та інші інформаційні продукти. Принциповим є те, що «Telegram» робить це дуже швидко і поза контентною цензурою, яка обмежує як традиційні ЗМІ, так і соціальні мережі, відеохостінги, офіційні інформ-ресурси в Інтернет.

Але нажаль в українському сегменті «Telegram» достатньо підписників мають деструктивні, маніпулятивні, відверто українофобні канали. І це є стратегічною проблемою для політ-комунікативного Інтернет-середовища в Україні, вирішення якої є складним, але необхідним з точки зору стратегічної інформаційної і національної безпеки нашої держави.

Структурування громадської думки в Україні продовжується з урахуванням різноманітних комунікативних впливів як внутрішніх, так і зовнішніх акторів, як конструктивних, так і деструктивно-маніпулятивних (вмішують в собі заздалегідь визначену деструктивну мету та маніпулятивні технології).

На зараз нагальним постає питання орієнтації сучасних громадських суб'єктів, спільнот, рухів та окремих громадян в технологіях та засобах «спотворення» реальності в комунікаційних процесах. Крім ворожої пропаганди, яка прямолінійно транслює упереджені монологічні меседжі, спрямовані на підрив стабільності та розкол українського суспільства, важливими викликами виступають децентралізація та мережева природа політичного Інтернет-середовища. До них додаються віртуалізація політичного порядку денного, відсутність стандартних та дієвих засобів протидії маніпуляціям тощо. Для сучасної української демократичної громадськості важливим елементом стійкості виступає постійне рекрутування нових мотивованих акторів, подальше залучення ресурсів та зростання професійності комунікаційної активності.

Доцільно запропонувати використовувати 3 базових принципів для формуванні стратегії протидії Інтернет-маніпуляціям, що здійснюють деструктивний вплив на формування та структурування громадської думки в сучасній Україні.

Перший – визнання не тільки існування та втілення деструктивних Інтернет-маніпуляцій політичною свідомістю та громадською думкою у сучасній Україні, а й певну результативність цих маніпуляцій. Другий – розуміння, що деструктивні та маніпулятивні технології, зокрема з використанням можливостей Інтернет, в самому широкому розумінні цих можливостей, будуть використовуватися і надалі та, головне, вдосконалюватися і з технічної, і з змістовної точки зору. Таким чином, стратегія протидії такому

деструктивному впливу на політичну свідомість має бути системою принципів, яка передбачає динаміку при їх втіленні. Третій – усвідомлення того, що небезпека Інтернет-маніпуляцій політичною свідомістю та громадською думкою, може виникати з боку різних суб'єктів. Тому, в стратегічній перспективі, ефективним є формулювання універсальних напрямків захисту українського суспільства від можливих загроз в плані маніпулятивних Інтернет-технологій, а не на конкретних суб'єктів деструктивного впливу. Тобто поводження з загрозами має бути постійним пріоритетом, а джерело цієї загрози - змінною одиницею.

На підставі цих базових принципів та аналізу всіх складових небезпеки –маніпулятивно-деструктивного впливу на громадську думку в Україні нами було запропоновано 5 практичних елементів стратегії протидії деструктивним Інтернет-маніпуляціям громадською думкою.

«Освітньо-формуючий» елемент – створення сучасної освітньої системи адаптованої до викликів, що пов'язані з деструктивним впливом з використанням Інтернет-можливостей. Формування та вдосконалення такої системи – дуже складний, динамічний, а головне ресурсоємний процес. Він пов'язаний зі змістовним наповненням і постійним його адаптуванням до нових викликів, зі втіленням та вдосконаленням моделей адміністрування цієї системи, а також з великим проміжком часу (десятиліття) для досягнення результату – формування необхідних захисних механізмів в індивідуальній та суспільній свідомості від деструктивних впливів. Ці механізми втілюються на протязі всього процесу соціалізації громадян України, але, звичайно, особливу роль вони набувають на етапі формування особистості індивіда.

«Жорстко заборонний» елемент, який передбачає офіційну, ініційовану державою заборону певного Інтернет-ресурсу чи низки

ресурсів на підставі її деструктивного впливу на політичну свідомість громадян та громадську думку у даній країні. Тобто для громадян в даній державі прибирають технічну можливість користуватися цим ресурсом/ресурсами. Мова може йти про конкретний інформаційний ресурс чи мережу, контент якої визнається державою як деструктивний, так і про усі інформаційні ресурси за ознакою належності до певної організації чи держави.

«Державне обмеження» як елемент стратегії передбачає обов'язкові юридичні вимоги держав чи міждержавних об'єднань щодо регулювання контенту Інтернет-платформ. Регулювання не тільки статусу самих ресурсів (їх правової і, бізнес-інституалізації), але й контенту, який вони розповсюджують, а також акумулювання та розповсюдження баз персональних даних користувачів, що розширює можливості цілеспрямованого маніпулятивного впливу на громадян з використанням багатофакторного таргетування.

«Громадський вплив на корпоративну політику Інтернет-платформ». Цей елемент про вплив на контентну та безпекову складові цієї політики Інтернет-платформ. Маються на увазі як санкціонування державою дій для мотивування Інтернет-платформ щодо боротьби з деструктивними маніпулятивними впливами на користувачів, так і громадську діяльність, привернення уваги суспільства, створення суспільного резонансу та впливу на Інтернет-платформи з цією же метою. Інструменти впливу суспільства можуть бути як формальними (звернення до судів щодо порушень Інтернет-платформами), так і громадськими, наприклад флеш-моби з масовими скаргами до адміністрації Інтернет-сервісів на контент чи його автора.

І п'ятий стратегічний елемент, який ми пропонуємо – це «Альтернативний вплив в Інтернет-середовищі». Він передбачає забезпечення власного (в інтересах українських держави та суспільства) впливу на політичну свідомість громадян України та

громадську думку, який є альтернативою деструктивно-маніпулятивному впливу, який здійснюється зовнішніми акторами. Ця альтернатива має не заборонну чи обмежувальну концепцію, а активно-утворюючу. А саме про послідовне і концептуальне формування комунікативної системи, яка була б спроможна: а) створювати необхідний порядок денний та комплекс відповідних конструктивних наративів та б) просувати та масштабувати їх в широкий комунікативний контекст, робити значущими в політичному дискурсі для української громадської думки (і інших країн).

ВИСНОВКИ

1. Основні підходи до дослідження структурування громадської думки у сучасних суспільних науках сформувалися навколо медійно-комунікаційної та соціологічної парадигм. В рамках першої громадська думка виступає об'єктом впливу комунікаційних засобів і систем. Відповідно її структура з'являється на основі різновидів медіа та характеру подачі ними політичної інформації. Аналіз літератури та джерел виявив тенденцію дослідників зараховувати на користь ефективного застосування певних різновидів засобів масової інформації появу певних електоральних груп та сукупностей переконань громадян, які проявляють себе в публічному просторі. Відповідно структурні елементи громадської думки можуть бути виявлені на основі аналізу діяльності самих медіа-активів. Соціологічна парадигма натомість виявляє структурні елементи громадської думки на основі належності громадян до певної соціальної верстви. Відповідно соціологічна теорія та діагностика прагне бачити громадську думку функцією соціальної структури на підставі того, що соціальні групи, маючи певні потреби, сприймають Інтернет комунікації як основу або можливість їх реалізації.

Обидва підходи доводили свою ефективність, коли мова йшла про загальносуспільні або загальнокультурні проблеми. Політичне ж структурування громадської думки може бути виявлене в основному на підставі аналізу принципів функціонування політики та розвитку конкурентно-політичного процесу. Відповідно теоретико-методологічні засади структурування громадської думки фокусуються навколо виявлення вірогідних, а не умоглядних мотивів дій політичних суб'єктів (які застосовують сучасні Інтернет-комунікації). Політична наука спрямовує зусилля на ідентифікацію взаємозв'язку між потребами політичних інститутів та акторів просувати певну політичну інформацію та можливостями громадськості адекватно її сприймати.

Відповідно процеси політичної структуривання громадської думки залежать не лише від переконувальної здатності або впливу самих Інтернет-засобів (технічних характеристик охоплення аудиторій та стійкості певних уявлень тощо). Вони залежать від можливостей традиційних суб'єктів політики адаптуватися до нових можливостей та умов. Відповідно елементи громадської думки стають очевидними з урахуванням процесів політичної соціалізації, політичного залучення та трансформації політичної поведінки від традиційних патернів до новітніх, пов'язаних з діджиталізацією.

2. Сучасні політичні науки ідентифікують процеси політичної діджиталізації як частини зміну діяльності політичних акторів відповідно до цифрового середовища. Але ця зміна для багатьох суб'єктів в багатьох країнах світу залишається опціональною. Особливими є теоретико-методологічні засади дослідження статичної та динаміки формування громадянського суспільства України вітчизняне Інтернет-середовище в умовах російсько-української війни зазнає значних деформацій. Відповідно громадська думка втрачає цілісність як об'єкт дослідження через втрату контролю України над значними територіями. Відповідно емпіричні гіпотези про структуру громадської думки на основі політичних уподобань та діяльності політичних акторів мають лише концептуальний та наближений характер. Вони можуть бути уточнені у післявоєнний період. Водночас вже на сучасному етапі можна стверджувати, що громадська думка структурується за принципами раціонально-критичного сприйняття, перебування в зоні політичного маніпулювання, а також принципів консумерізму, тобто підтримки певних політичних тез ідей або позицій на основі ситуативної вигоди. Зазначені позиції та результати в умовах формування громадянського суспільства в Україні дають орієнтири для розгортання просвітницької комунікаційної діяльності, а також

організаційних зусиль щодо формування мереж альтернативної політично значущої інформації.

3. Дослідження акторів, які впливають на структурування громадської думки в умовах сталої демократії показала, що світова політологічна експертна спільнота не повною мірою ідентифікує процеси політичного маніпулювання та спроб контролю над громадською думкою. Така ситуація складається внаслідок нещодавніх наслідків і результатів цифровізації. Ефективність маркетингових технологій передусім соціального медіамаркетингу (SMM), а також поширення політичного значення соціальних мереж (починаючи з періоду Арабської весни 2011 року) спонукає політичні партії, громадські організації, політичних лідерів сприймати Інтернет комунікацію як чинник підвищення власної конкурентоспроможності на політичному ринку. Тому питання застосування або незастосування цифрових методів політичної комунікації не викликає дискусію. Водночас стан та перспективи структурування громадської думки експлікують два процеси: політичний ескапізм та політичну гіперактивність. Перше пов'язаний з ухиленням громадян від участі в політичних дискусіях, в оцінці політичної інформації та інших політико-комунікаційних інтеракціях через високі значення потоку політичної інформації. Другий пов'язаний із досяжністю висловлювання публічної позиції з політичних питань в соціальних мережах відповідно. Ці процеси стають основою для розподілів в межах громадської думки. В умовах цифровізації публічного політичного простору традиційні політичні акти здійснюють модифікацію своїх ідейних настанов положень і доктрин, а також організаційні зміни, спрямовані на адаптацію до цифрового Інтернет-середовища. Політичні партії, маючи публічний інтернет-представництво, активно здійснюють вплив на громадську думку через представлення своїх позицій у соцмережах, розрізнення

маніпулятивного та неманіпулятивного впливу є досить хистким. Водночас через значні спроби SMM-інтервенцій вся сукупність політичних повідомлень від партії виглядає як швидше маніпулятивна. Це істотно знижує довіру до політико-комунікаційної діяльності.

4. Значний інтерес для розуміння процесів структурування громадської думки представляють групи інтересів, які в умовах сталої демократії намагаються направляти діяльність інститутів держави та публічної влади, політичних партій громадських рухів тощо. лобійська діяльність у міжвиборний період впливає на політичний порядок денний, що спонукає громадян як виборців в умовах демократії, змінювати своє ставлення до поточних подій. відповідно формуються структурні елементи громадської думки, які можна охарактеризувати як реалістичне та конспірологічне світосприйняття. відповідно істотним деформаціям було піддано таку категорію, як соціальний капітал або політична довіра. Діяльність політичних акторів сталої демократії в Інтернет-середовищі значно підриває традиційні соціально зумовлені політичні вподобання в громадській думці. Вона втрачає свою єдність, стає більш ситуативною, реактивною та менш зв'язаною ціннісними та доктринальними бекграундами.

Разом з тим, всередині громадської думки виокремлюється специфічна, невластива для «додіжیتالної» доби спільність інтерактивної громадської думки. Вона забезпечує безпрецедентний зворотний зв'язок між політичними акторами та аудиторією. Відповідно громадяни втрачають статус «безмовних спостерігачів», а набувають можливості реагування та залучення до кожної зміни ситуації. Відповідно загострюється теоретичне та прикладне питання значущості проактивної або інтерактивно-реактивної складової громадської думки та традиційної пасивної, тимчасово залученої (або взагалі виключеної з інтернет-комунікацій громадської думки).

Політичне структурування громадської думки сталої демократії може розглядатися також і через «обрахування» цифрової аудиторії, яка підтримує або не підтримує ті чи інші партійні цінності, програми та ініціативи. Водночас істотною є проблеми оцінки перетікання аудиторій з одного табору в інший. Це, зокрема, мало місце під час кампанії Дональда Трампа 2016 року та Дж. Байдена у 2020.

Загалом доречно констатувати, процеси пристосування громадської думки до правил політичної конкуренції в політичному Інтернет-середовищі сталих демократій. Інтернет-комунікація стає лише новою формою виразу політичних уподобань та позицій, що призводить до фрагментації та деталізації громадської думки, ставить під сумнів її концепцію як механістичного поєднання всієї сукупності думок окремих громадян або груп.

5. В сучасних автократичних країнах пропагандистська та ідеологічна індоктринація є основними засобами політичної комунікації. Громадська думка таких країн, які в умовах сталої демократії мала б можливості для самоорганізації та еволюції, перебуває в стані обмежень та спроб нормування й регулювання. Пропаганда через засоби Інтернет здійснюється шляхом багаторазового повторювання тез та наративів, які утворюють циклічний дискурс влади. Відповідно громадська думка структурується як відображення офіційних смислів та інтерпретацій політичної дійсності. Можна говорити про «менш обізнані» або «більш обізнані» частини населення в контексті офіційної версії подій або загальної політичної картини світу. Відповідно ранжування громадської думки здійснюється на основі впливу, який є більш значним або менш значним. Також ідеться про більшу або меншу залученість до ритуалізованого відтворення пропагандистського дискурсу. У випадках силового обмеження Інтернет-простору та прямих заборон на зовнішній контакти (як це має

місце КНР та КНДР), громадська думка поділяється на проофіційну та приховану дисидентську.

Остання існує лише на рівні дрібних груп та окремих індивідів. Ідеологічна індоктринація забезпечує гомогенність політичних смислів, в рамках континууму політичних подій, порядку денного, а також рефлексії над причинами і наслідками політичного життя. Відповідно структурний клас ідеологічних доктринерів взаємодіє з групами апатичних та повністю відокремлених від владного функціонування структурних елементів.

Політичне структурування громадської думки в умовах автократій згідно з позицією влади здійснюється в рамках певного плану, який відповідає інтересам кращого авторитарного управління та досягнення специфічних стратегічних цілей еліт закритого суспільства. Водночас окремі опозиційні або альтернативні позиції в громадській думці можуть виникати на основі діяльності внутрішніх політичних акторів, які інкорпоровані до владної еліти, але мають свої інтереси в рамках системи координат прихованої політичної конкуренції.

Відповідно в рамках одержавленого владного дискурсу можуть з'являтися приховані нюанси, адресовані окремим групам, які є референтами владних груп інтересів на вищих ешелонах. Властивістю структурування громадської думки в умовах автократії є смислова та ідеологічна мімікрія, коли значна кількість політично обізнаних громадян намагається репрезентувати власні особливості у рамках специфічного відтворення владного наративу.

Наявність технологій та методик політичного структурування громадянської думки в умовах автократії справляє вплив на демократичні і трансформаційні держави. Він пов'язаний з наявністю зразків для наслідування. Використання Інтернет-джерел та ресурсів з метою повного контролю політико-інформаційного простору та вчинення провокацій щодо опозиційних політичних суб'єктів.

6. Вектор еволюції структурування громадської думки в умовах політичних трансформацій спрямований на формування самодостатньої та самовідтворюваної громадської думки за зразками сталої демократії. Водночас Інтернет-середовище спонукає до спрощеного сприйняття дійсності, уникнення рефлексії та ескапізму і ухиляння від політичного залучення. Відповідно процес демократичного політичного структурування громадської думки суттєво уповільнюється. Незважаючи на те, що політичні актори звертаються до Інтернет-аудиторії у відкритому та необмеженому режимі фільтри Інтернет-медіа досить часто усувають істотні аспекти політичної реальності та політичних смислів. Відповідно до аудиторії не доходить уся інформація. Також неактуалізованими залишається позиції відносно невеликих політичних акторів.

Загальна інституційна специфіка трансформаційних демократій полягає в тому, що бюрократично орієнтована вертикаль влади навіть за умови політичної конкуренції та декларативного оголошення політичних прав і свобод схильна до обмеження медійного простору у спосіб характерний для автократій. Ідеться про формування монологічного владного дискурсу, штучного ізолювання конкурентів, булінгу опозиційних та дисидентських політичних груп. В таких умовах інституалізація вільної необмеженої самоорганізованої громадської думки здійснюється низькими темпами. За цих умов громадська думка трансформаційної демократії поділяється на два великих масиви продемократичного та квазіавторитарного спрямування. Також існують можливості розподілу на модернізаційний та традиційний підрозділи. Інтернет-комунікація трансформаційного суспільства в багатьох випадках побудована на принципах патрон-клінталізму. Відповідно просування політичної інформації здійснюється на основі ресурсної прив'язки до олігархічних груп політичних інвесторів тощо. Водночас в умовах політичної

трансформації з'являється окрема ніша креативного політичного контенту, який має undergroundний (альтернативний) характер. Саме на його основі може будуватися початкові форми структурування громадської думки на принципах сталої демократії.

7. Застосування Інтернет-комунікації під час формування політико-комунікаційної системи сучасної України здійснювалася за моделлю суспільства політичних трансформацій. Інтернет-комунікації впливали і впливають на громадську думку за алгоритмом більш ранніх засобів масової інформації (телебачення, радіо та друкованих ЗМІ). Водночас існує момент запозичення, який визначає «вибухове» застосування Інтернет-комунікацій під час доленосних виборчих кампаній. Одним з таких етапів було поширення масове поширення відеороликів під час виборчої кампанії президента у 2004 році, яке призвело до істотної дискредитації іміджу прем'єр-міністра Віктора Януковича. Також Інтернет-комунікації спричинили вибухове зростання політичних технологій, роз'єднання громадської думки. завдяки масовому і одномоментному поширенню інформації, яка формувала та протиставляла етноконфесійні розбіжності відбулося формування електоральних груп ключових політичних сил під час виборів 2010 року, а також під час політичної боротьби в інформаційному просторі в період Євромайдану. Таким чином, Інтернет-комунікація стала основою для агрегування продемократичних кластерів громадської думки. Так само вона стала основою для спроб застосування автократичних політичних технологій в українських умовах. В умовах функціонування соціальних медіа та розвитку соціальних мереж Інтернет-комунікації стали чинником стимулювання політичної конкуренції та адресного досягнення основних цільових груп. Як наслідок, тенденцій до дезінтеграції української громадської думки лише посилюються.

8. В умовах повномасштабного вторгнення російської федерації засоби протидії деструктивному впливу на структуру громадської думки потребують подальшої розробки. Однак на основі матеріалів дослідження можна констатувати, що автократичне політичне структурування громадської думки в Україні зазнала поразки внаслідок формування самовідтворюваного громадянського суспільства. В умовах російської агресії стала очевидною неефективність спроб розхитати політичну стабільність та згуртованість української нації. Також з'явилися тенденції до нового смислового впорядкування української громадської думки. Вони виникли на основі можливостей вільного обговорення, доступу до різних джерел інформації, відсутності ідеологічної індоктринації та адміністративно-бюрократичного тиску. Громадська думка в Україні проходить процес перетворення від аномічної безструктурності до автономного ініціативного структурування. Воно відбувається на основі усвідомлення окремими громадськими групами, зокрема представниками волонтерського руху, своїх цілей та завдань в процесі захисту України від агресора та на період післявоєнного відновлення. Відповідно наявними є формування таких структурних підрозділів, як активні учасники продукування патріотичного політичного контенту, громадян, які пасивно підтримують патріотичні політичні цінності та інтерпретацію подій, а також громадяни, які мають нейтральні погляди та нейтральну поведінку.

Стосовно політичних Інтернет-комунікацій з розвитком військового та інформаційного протистояння дедалі більше актуалізуються питання консолідації патріотичного сегменту громадської думки та розширення його на пасивних симпатиків і нейтральних громадян. На черзі денній – формування ресурсних засобів для комплексного опрацювання стратегічних політичних Інтернет-комунікацій на основі децентралізації та мережних принципів.

Протистояти ворожим інформаційно-психологічним операціям, які спрямовані на автократичне структурування громадської думки в Україні, можливо лише за умови формування спільної версії подій та громадського контролю над реакціями і сприйняттям інформації. Самодостатня й самовідтворювана громадська думка є надійним середовищем для припинення деструктивного впливу на інформаційне тло України. Мультиплікація досвіду факт-чекінгу, розкриття діяльності підривних Інтернет-ресурсів та повідомлень, ідентифікація системних агентів інформаційного ворожого впливу, яка здійснюється громадськими акторами, вимагає системного підходу та інтеграції.

Першим кроком в рамках такої діяльності слід вважати проведення координаційного форуму патріотичних політико-інформаційних акторів для вироблення спільної стратегії проміжних та середньострокових цілей співпраці. Самодіяльна політично свідома мережна активність громадян є надійною запорукою формування демократичної громадської думки, яка буде мати інформаційний імунітет проти ворожого впливу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андріяш В.І. Техніки е-участі громадськості.
URL:<https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/politics/2006/54-41-22.pdf>
2. Баловсяк Н. У 2022 році понад 4,2 млрд. людей у світі постраждали від інтернет-цензури.
URL:<https://netfreedom.org.ua/article/u-2022-roci-ponad-42-mlrd-lyudej-u-sviti-postrazhdali-vid-internet-cenzuri>
3. Балущька Л. М. Громадська думка у масових акціях протесту як чинник політичної відповідальності. Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Філософія. Соціологія. Політологія. 2012Т. 20. вип. 22(3). 332-341.
4. Балущька Л. Громадська думка як складова процесу інституціоналізації демократії в сучасній Україні. Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії. 2012. Вип. 2. 198-204.
5. Березенко В. Електронні вибори: невідворотне майбутнє.
URL:<https://www.pravda.com.ua/columns/2021/11/5/7312315/>
6. Березовська-Чміль О. Б. Ідеї цифрового авторитаризму крізь призму філософії політики. Соціально-гуманітарний вісник. 2020. Вип. 31. 99-100.
7. Білоус І. В. Управлінські аспекти вивчення громадської думки стосовно створення умов безпечного материнства на місцевому рівні. Інвестиції: практика та досвід. 2012. № 13. 100-104.
8. Богданьок О. У Лондоні тисячі демонстрантів вийшли на «Марш за Палестину». URL:<https://suspilne.media/594241-u-londoni-tisaci-demonstrantiv-vijsli-na-mars-za-palestinu/>
9. Бойко Н. Інтернет як соціальний ресурс демократизації сучасного українського суспільства : монографія. Київ : Інститут соціології НАН України, 2020. 211.

10. Боровкова Х. ІПСО — це серйозно: чому шкідливо безпідставно використовувати цей термін? URL:<https://gwaramedia.com/ipso-chomu-shkidlivo-bezpidstavno-vikoristovuvati-czej-termin/>

11. Булавченко О. Розвиток одеського регіону як туристичної дестинації: думка громадськості, бізнесу та публічної влади. Актуальні проблеми державного управління. 2016. Вип. 3. 135-140.

12. Бурлачук В. Громадська думка і розмова. 2012. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. № 4. 87-101.

13. Верховна Рада України. URL:<https://t.me/verkhovnaradaukrainy>

14. Верховна Рада України. URL:https://twitter.com/verkhovna_rada;

15. Верховна Рада України. URL:https://www.instagram.com/verkhovna_rada_of_ukraine/

16. Верховна Рада України. URL:<https://www.rada.gov.ua/>)

17. Верховна Рада України Звернення. URL:<https://www.rada.gov.ua/zvernen>.

18. Верховна Рада України. URL:<https://www.facebook.com/verkhovna.rada.ukraine>

19. Володимир Зеленський. URL:<https://www.facebook.com/zelenskiy.official>

20. Врублевський О. Електронна демократія в Україні: вчора, сьогодні, завтра. URL:<https://decentralization.gov.ua/news/16183>

21. Генеральная Ассамблея ООН. Права на свободу мирных собраний и объединений, 16 октября 2014, А /59/365. URL:<http://freeassembly.net/reports/multilaterals/>

22. Головань М. Головсержант 47 ОМБр Маркус роздягнувся в окопі після штурму. Залужний його насварив — скриншот

URL:<https://news.liga.net/ua/politics/news/glavserjant-47-ombr-markus-razdelsya-v-okope-posle-shturma-zalujnyy-ego-narugal-skrinshot>

23. Голосування на виборах у додатку «Дія»: як до цього ставляться українці. URL:<https://politarena.online/holosuvannia-na-vyborakh-u-dodatku-diia-iak-do-tsoho-stavliatsia-ukraintsi-9272/>

24. Гражданское участие в процессе принятия решения. Обзор стандартов в государствах-членах Совета Европы. Страсбург. май 2016. URL: https://ecnl.org/sites/default/files/files/Civil-participation-in-decision-making-processes_An-Overviewof-Standards-and-Practices-in-CoE-Member-States_Rus.pdf

25. Дворецька Г. В. Соціологія. Київ, 2002: КНЕУ. с. 355.

26. Дворовий М. Санкції та блокування веб-сайтів в Україні: як непомітно відкрити скриньку Пандори». URL:https://dslua.org/wp-content/uploads/2021/06/Sanctions_and_Internet_UPD_2.pdf.

27. Дембіцький С. Політична культура українського суспільства: тенденції розвитку в умовах новітніх викликів. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2019. 196.

28. Дембіцький С. С. Особливості громадської думки в Україні під час війни (академічний досвід). Вісник Національної академії наук України. 2023. № 5. 86-89.

29. Динаміка проникнення інтернету в Україні. URL:<https://www.kiis.com.ua/?Lang=ukr&cat=reports&id=80&page=1>

30. Допоможи собі сам: українці розчаровані в реформах, але готові підтримувати одне одного та свої громади. Офіційний сайт програми USAID „Долучайся!”. 2020.URL: <https://engage.org.ua/dopomozhy-sobi-sam-ukraintsi-rozcharovani-v-reformakh-alehotovi-pidtrymuvaty-odne-odnoho-ta-svoi-hromady/>.

31. Дубинянський М. Там живуть нещасні люди-дикуни. URL:<https://www.pravda.com.ua/articles/2007/02/15/3209851/>

32. Екстремісти-інфлюенсери приносять мільйони Твіттеру — звіт. URL: https://www.oporaua.org/polit_ad/ekstremisti-influenseri-prinosiat-milioni-tvitteru-zvit-24541

33. Електронне звернення. URL: <https://ukc.gov.ua/appeal/>

34. Енциклопедія практичної психології. URL: <http://psychologis.com.ua/interakciya.htm>].

35. Закірова С. Електронні петиції в Україні: досягнення і проблеми дворічного досвіду. Центр досліджень соціальних комунікацій. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2992:elektronni-petitsiji-vukrajini-dosyagnennya-i-problemi-dvorichnogo-dosvidu&catid=8:golovnitimi&Itemid=350

36. Закон України «Про санкції» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1644-18#Text>.

37. Закону України про інформацію (Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1992. № 48. ст.650). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

38. Залученість до громадської діяльності в Україні. USAID. URL: <https://engage.org.ua/zaluchenist-do-gromadskoyi-diyalnosti-v-ukrayini/>

39. Заповіти демо YouScan https://youscan.io/ua/demo/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ukraine_brand_google_computers&utm_term=youscan&hsa_acc=5914147660&hsa_cam=17059689357&hsa_grp=139050366227&hsa_ad=595108127675&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-372726802212&hsa_kw=youscan&hsa_mt=p&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=eaiaiqobchmiiatg8dygqmvfyvocrl7qwwseaayasaaeglaivd_bwe

40. Запорізька обласна державна URL: <https://www.facebook.com/zoda.gov.ua/>

41. Запорізька обласна державна адміністрація
URL:<https://www.youtube.com/channel/UCY9gycMW-W6JggH7ksIPbjA>
42. Запорізька обласна державна адміністрація.
URL:<https://www.zoda.gov.ua/36>.
43. Засадко В. В., Лиска О. Г. Громадська думка щодо якості надання адміністративних послуг у містах України. Стратегічні пріоритети. 2015. № 2. 142-147.
44. Звернення громадян. URL:<https://dniprorada.gov.ua/uk>
45. Звернення громадян Загальна інформація.
URL:<https://dniprorada.gov.ua/uk/page/-46>
46. Звіти про виконання бюджету.
URL:<https://dniprorada.gov.ua/uk/articles/category/zviti-pro-vikonannya-byudzhetu/>
47. Зеленько Г. І. Висновки, або Про перспективи зміцнення демократії в Україні. Зміни політичних режимів і перспективи зміцнення демократії в Україні : монографія / за ред. Г. І. Зеленько. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2021. 406.
48. Іванченко С. М. Шляхи формування консолідованої громадської думки в цільових групах. Проблеми політичної психології. 2014. Вип. 1. С. 267-273.
49. Інтерактивна платформа «Мій дім». URL: <http://e-slavutich.gov.ua/100Things/house/SitePages/main.aspx>
50. Інформаційні війська України.
URL:<https://t.me/s/ivukr?before=1956>
51. Інформаційні війська України.
URL:https://www.facebook.com/i.army.org/?locale=uk_UA
52. Інформаційно-аналітичні матеріали про стан роботи із зверненнями громадян у Дарницькій районній в місті Києві державній адміністрації за період з 01.01.2020 по 31.12.2020. Київська міська

державна адміністрація. Офіційний веб-сайт. URL:
<https://darn.kyivcity.gov.ua/files/2021/2/23/2020.docx>

53. Кабінет Міністрів України. URL:<https://www.kmu.gov.ua/>

54. Кабінет Міністрів України.
 URL:<https://twitter.com/Kabmin-UA>

55. Кабінет Міністрів України.
 URL:<https://www.facebook.com/KabminUA;>

56. КабМін URL:<https://www.youtube.com/channel/UCYITFedAEZiqE6r9eY0PZ1A>

57. Калашникова Л. В. Соціальний генезис поняття «громадська думка». Вісник Національного університету внутрішніх справ. 2004. Вип. 25. 401-406.

58. Кудрявцев О. Цифрова нерівність: особливості впровадження системи електронного урядування в сучасному полі української політики. Evropský politický a právní diskurz. 2014. Sv. 1, Vyd. 6. 276-285.

59. Кармазіна М. Тридцять років української багатопартійності (квітень 1990 – початок 2020 рр.). Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2020. 16.

60. Каталог телеграм каналів
 URL:<https://ua.telegator.biz/novosti/nakrucheni-psdpisniki-abo-zhyvi/>

61. Кириленко О. «Стадіон, так стадіон»: Порошенко іде на дебати із Зеленським. URL:<https://hromadske.ua/posts/stadion-tak-stadion-poroshenko-ide-na-debati-iz-zelenskim>

62. Кіоссе Л. М. Громадська думка як складова легітимної політичної влади. Актуальні проблеми політики. 2015. Вип. 56. 227-233.

63. Клячин А. Напрями перерозподілу електорату заборонених в Україні політичних партій: базові моделі / Регіональні студії. №32. 2023. 57-62.

64. Ковшун Л. Рівні співпраці влади і громади: шість типологій громадської участі. Mistosite – українська урбаністична платформа. Проект аналітичного центру GEDOS. URL: [URL:https://mistosite.org.ua/uk/articles/r%D1%96vn%D1%96-sp%D1%96vpracz%D1%96-vlady-%D1%96-gromady-sh%D1%96st-typolog%D1%96jgromadyanskoyi-uchast%D1%96/](https://mistosite.org.ua/uk/articles/r%D1%96vn%D1%96-sp%D1%96vpracz%D1%96-vlady-%D1%96-gromady-sh%D1%96st-typolog%D1%96jgromadyanskoyi-uchast%D1%96/)

65. Кононенко Н. В. Новації у ціннісних наративах українців та їх рефлексія на політичну діяльність. Політичне поле України у ситуації суспільної кризи: влада, опозиція, політичні партії, громадські організації / за ред. О. М. Майбороди. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2020. 142.

66. Кононенко О. В. Громадська думка, як суспільний феномен. Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія. 2011. № 1. 165-169.

67. Кордон М. Громадська думка: «За» і «Проти» євроінтеграційних прагнень України. Українська полоністика. 2013. Вип. 10. 100-105.

68. Корупція у цифрах: як змінюється кількість покараних, оцінка українців і місце у рейтингах. Слово і діло. Аналітичний портал. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/07/23/infografika/suspilstvo/korupciya-cyfrax-yak-zminyuetsyakilkist-pokaranyx-oczinka-ukrayincziv-misce-rejtynhax>

69. Костюченко Т. С., Марценюк Т. О., Оксамитна С. М. (2014) Жінки у політиці в Україні та Грузії: громадська думка і мережева підтримка. Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки. Т. 161. С. 72-83.

70. Котубей О. Ботоферми, бавовна, Кисельов. Що таке ІПсО, або інформаційно-психологічні операції. URL: <https://suspilne.media/260991-botofermi-bavovna-kiselov-so-take-ipso-abo-informacijno-psihologicni-operacii/>

71. Кочубей Л. Громадська думка: інструментарій формування у процесі утвердження суспільної солідарності. *Studia politologica Ucraino-Polona*. 2015. Вип. 5. 146 – 154.
72. Кривошеїн В. Соціально-політичні ризики віртуалізації держави. *Грані*. 2019. Т. 22. № 12. 5–14.
73. Кулик В. Державна політика та громадська думка щодо пам'яті й мови в Україні після Євромайдану. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2017. Вип. 5-6. 200 – 212.
74. Ліпич О. Арестович заявив, що піде в президенти, але назвав умову. URL:<https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/arrestovich-zayaviv-scho-pide-v-prezidenti-ale-nazvav-umovu-video.htm>
75. Лісовська Ю. П. Тотально-цифровий контроль щодо дифузії державної політики в умовах надзвичайних ситуацій. *Молодий вчений*. 2020. № 10(2). 351-354.
76. Лукач К. В. Вплив цифрових технологій на розвиток політичної комунікації. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. № 1. 135 –139.
77. Ляпіна Л. А., Ляпіна О. С. Громадська думка як соціальний феномен та її роль у демократизації суспільних відносин. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]*. 2011. Сер. : Соціологія. Т. 156. Вип. 144. 20 – 23.
78. Майборода О. Евристика і реальність у функціонуванні політичних режимів в Україні. *Політичний процес у незалежній Україні: підсумки і проблеми*. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2021. 253.
79. Максимова В. Рейтинг найбільших Twitter-«амбасадорів» України. Хто з нардепів його очолив? URL:<https://www.chesno.org/post/5589/>

80. Максимова В. Чому для України важливо, щоб політики розвивали свій Twitter? URL:<https://www.pravda.com.ua/columns/2023/04/25/7399324/>

81. Мартинов А. Німецька громадська думка щодо політичної трансформації в Україні (2012–2015 рр.) Україна-Європа-Світ. Міжнародний збірник наукових праць. Серія: Історія, міжнародні відносини. 2015. Вип. 15. 169-177.

82. Марусяк Т. С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2015. Вип. 17. С. 106-114.

83. Маск може заблокувати Twitter в Європі через законодавство ЄС. URL:<https://www.eurointegration.com.ua/news/2023/10/19/7171721/>

84. Мацієвський Ю. В. У пастці гібридності: зигзаги трансформацій політичного режиму в Україні (1991–2014). Чернівці : Книги – XXI, 2016. 552 с.

85. Нагорна А. За які порушення Facebook може заблокувати аккаунт та як зняти бан. URL:<https://dev.ua/news/vam-v-ban>

86. Найбільші платники податків в 2020 році. Бізнес цензор. URL:
https://biz.censor.net/resonance/3272309/nayiblsh_platniki_podatk_v_2020_rots

87. Наратив – що це таке, суть, визначення, види, типи та приклади наративів. URL:<https://termin.in.ua/naratyv/>

88. Нестерович В. Ф. Генезис наукової думки щодо розуміння конституційно-правових засад впливу громадськості на прийняття нормативно-правових актів. Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка. 2016. Вип. 1. 26-38.

89. Ожеван М. А. Неоімперська «доктрина Путіна» та «українська криза» в оцінках західних експертів. Регіональні стратегії США і Європи: зовнішньополітичний і безпековий вимір : кол. монографія. Київ : Центр вільної преси, 2016. 489–506.

90. Офіс Президента. URL:<https://twitter.com/APUkraine>

91. Офіс Президента. URL:<https://www.president.gov.ua/>

92. Офіс Президента України.
URL:<https://www.youtube.com/user/PresidentGovUa>

93. Офіс Президента України. URL:<https://t.me/OP-UA>

94. Офіс Президента України.
URL:<https://www.facebook.com/president.gov.ua;>

95. Офіс Президента України.
URL:https://www.instagram.com/op_ukraine/

96. Оцінка громадянами діяльності влади, рівень довіри до соціальних інститутів та політиків, електоральні орієнтації громадян (лютий 2020 р. соціологія). Разумков Центр. URL:
<https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichnidoslidzhennia/otsinka-gromadianamy-diialnosti-vlady-riven-doviry-do-sotsialnykhinstytutiv-ta-politykiv-elektoralni-orientatsii-gromadian-liutyi-2020r>

97. Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023р.). URL:
<https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-liutyi-berezen-2023r>

98. Павлов Д. М. Громадська думка як об'єкт політичної пропаганди. Грані. 2013. № 12. С. 54-60.

99. Панченко В. Г. Інформаційно-цифровий неопротекціонізм у політиці економічного патріотизму: новий інструмент фрагментації цифрової економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 6. С. 5-12.

100. Петрунько О. В. Консолідувальний потенціал громадської думки: структурна, динамічна та функціональна складові. Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. 2013. Вип. 14. 12-22 .

101. Петрушина Т., Соболева Н., Чепурко Г. Громадська думка щодо ролі науки в українському суспільстві. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2016. № 2. 81-101.

102. Плющ О. М. Громадська думка як індикатор процесу здійснення освітніх реформ. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2017. Вип. 39. 188-201.

103. Політичні партії. Відомості щодо зареєстрованих у встановленому законом порядку політичних партій станом на 01.01.2021 року. Міністерство юстиції. Офіційний сайт. URL: <https://minjust.gov.ua/m/4561>

104. Полторак В. А., С. В. Чавкіна Проблеми функціонування громадської думки в демократичному суспільстві та підсилення її ролі в соціально-політичному управлінні в Україні. Грані. 2013. № 12. 13-20.

105. Попроцький О., Драчов Є. Громадська думка як складова іміджу держави. Актуальні проблеми державного управління. 2013. Вип. 3. 116-119.

106. Портал електронних сервісів Мінекономіки. URL: <https://my.gov.ua/info/services>

107. Правила Х. URL: <https://help.twitter.com/uk/rules-and-policies/twitter-rules>

108. Пропагандистка Симоньян запропонувала підірвати ядерну бомбу над Сибіром. URL: <https://www.unian.ua/russianworld/propagandistka-simonyan-zaklikala-pidirvati-yadernu-bombu-nad-sibirom-video-12413838.html>

109. Рейтинг Telegram-каналов. URL: <https://uk.tgstat.com/ratings/channels>

110. Ремовська О. Арабська весна й інтернет як осередок зародження протесту.

URL:<https://www.radiosvoboda.org/a/24700020.html>

111. Розвиток електронних послуг.
URL:<https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya/rozvitok-elektronnih-poslug>

112. Романюк М. Свідчення Цукерберга в Конгресі: не вразили, але 20 млрд. доларів – дали. URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2439974-svidcenna-cukerberga-v-kongresi-ne-vrazili-ale-20-mlrd-dali.html>

113. Романюк М. Скандал з витоком даних : чим загрожує пересічному користувачеві? URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2426551-skandal-z-vitokom-danih-facebook-cim-ce-zagrozue-peresicnomu-koristuvacevi.html>

114. Руженко Л. М. Сутність та підстави класифікації громадської думки. Актуальні проблеми політики. 2013. Вип. 50. 292-299.

115. Русанов А. Сенат США заборонив TikTok на всіх пристроях держслужбовців. Подано законопроект про заборону усіх соцмереж, пов'язаних з тоталітарними країнами. URL:<https://itc.ua/ua/novini/senat-ssha-zaboronyv-tiktok-na-vsih-prystroyah-derzhsluzhbovtsiv-podano-zakonproyekt-pro-zaboronu-usih-sotsmerezh-pov-yazanyh-z-totalitarnymy-krayinamy/>

116. Свиридюк Ю. Сотні протестувальників проникли до Капітолію та вимагають припинення вогню між Ізраїлем і ХАМАС. URL:<https://suspilne.media/597281-sotni-protestuvalnikov-pronikli-do-kapitoliu-ta-vimagaut-pripinenna-vognu-miz-izrailem-i-hamas/>

117. Свиридюк Ю. У низці країн страйки та протести після атаки на лікарню в Секторі Гази. URL:<https://suspilne.media/596465-u-nizci-krain-strajki-ta-protesti-pisla-ataki-na-likarnu-v-sektori-gazi/>

118. Семенець О. Маніпулятивні дискурсивні практики використання концепту 'патріотизм' та їхній вплив на громадську думку (критичний дискурс-аналіз та соціологія). Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика. 2022. Т. 33(72). № 1(3). 155-160.

119. Симоньян відхрестилася від своєї ж пропозиції застосувати ядерну зброю над Сибіром.
URL:<https://news.obozrevatel.com/ukr/tv/img5534-video-converter-com-mp4.htm>

120. Соціальна напруженість в кризовому соціумі: соціально-політичний аналіз / О. Г. Злобіна, М. О. Шульга, Л. Д. Бевзенко та ін. Київ : Інститут соціології НАН України, 2019. 259.

121. Соціально-політична ситуація в Україні (липень 2020 р.). Офіційний сайтЦентру Разумкова. 2020.
URL:<https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichnidoslidzhennia/sotsialnopolitychna-sytuatsiia-v-ukraini-lypen-2020r?fbclid=IwAR2r7LiU>

122. Соцмережа Twitter заблокувала Трампа назавжди.
URL:<https://www.radiosvoboda.org/a/news-usa-trump-twitter-ban/31039389.html>

123. Стадник А. Г. Форми впливу на громадську думку в процесі інформаційної війни. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2016. Вип. 69-70. 216-223.

124. Стариковська О. О. Соціально-філософський аналіз поняття «громадська думка».Культурологічний вісник. 2016. Вип. 36(2). 148-157.

125. Стеблина Н. О. Український цифровий політичний дискурс в умовах «гібридної медіа системи». Сучасне суспільство. 2020. Вип. 1. 176-185.

126. Степанова Н. Є., Андрієнко Ю. В. Політична участь у добу постмодерну: українська практика. Молодий вчений. № 5 (20). Ч. 4. Травень 2015. 126.

127. Twitter заблокував Трампа «під тиском» – Маск.
URL:<https://www.pravda.com.ua/news/2022/12/12/7380469/>

128. Телеграм-канал «ПолітиКум», 19 июня 2023.
URL:https://ukraine-elections.com.ua/socopros/opinion_poll_show/2119

129. Телеканал Рада.
URL:<https://www.youtube.com/channel/UC5V8mErVF0pcQXEb3y9IMZw>

130. Тихоненко І. В. Цифрова дипломатія як інструмент зовнішньої політики США у XXI столітті. Політичне життя. 2019. № 1. 85-90.

131. Тонкіх І. Ю. Журналістські блоги як форма впливу на громадську думку в українських Інтернет-ЗМІ. Психолінгвістика. 2012. Вип. 11. 290-297.

132. Торяник В. М. Громадська думка та політична ментальність як компоненти політичної культури суспільства. Право і суспільство. 2013. № 5. 161-165.

133. Трипольський В. О. Демократія і влада. Київ : Парлам. вид-во, 1999. 316.

134. У Facebook знали, що дані користувачів могли використати розробники з РФ і Китаю для шпигунства - сенатори США
URL:<https://www.holosameryky.com/a/facebook-shpyhuny-dani-korystuvachiv/6951526.html>

135. У ЄС набув чинності закон про цифрові послуги, який посилює контроль за соцмережами.
URL:<https://www.eurointegration.com.ua/news/2023/08/25/7168186/>

136. У протистоянні Ізраїлю та Палестини. URL:
<https://t.me/BerezaJuice/37752>

137. У США перший штат заборонив TikTok.
URL:<https://www.epravda.com.ua/news/2023/05/18/700240/>
138. Українське суспільство 1992–2010. Соціологічний моніторинг / за ред. д-ра екон. наук В. Ворони, д.соц.н. М. О. Шульги. Київ : Ін-т соціології НАН України. 2010. 487.
139. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022р. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа, листопад 2022 рік
<https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf>
140. Українці найбільше довіряють волонтерам і армії. Реанімаційний пакет реформ. URL: <https://rpr.org.ua/news/ukraintsi-naybil-she-doviriaiut-volonteram-iarmii-sotsdoslidzhennia/>
141. Фінансові звіти.
URL:<https://dniprorada.gov.ua/uk/articles/category/finansovi-zviti/>
142. Фролов П. Д. «Консолідована громадська думка»: спроба операціоналізації поняття. Психологічні науки: проблеми і здобутки. 2014. Вип. 6. 262-277.
143. Харченко Н. Динаміка використання інтернет в Україні: лютий-березень 2016. URL:<https://web.archive.org/web/20171205042144/http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=621>
144. Хижняк О. В. Громадська думка і розгортання колективних соціальних дій в контексті демократичних перетворень. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2014. Вип. 15. 65-72.
145. Хмельницька В. 800 людей вбито одним ударом: хто випустив ракету по лікарні в Секторі Гази. URL:<https://tsn.ua/exclusive/800-lyudey-vbito-odnim-udarom-hto-vipustiv-raketu-po-likarni-v-sektori-gazi-2432383.html>
146. Хом'як А. Інтеграція мігрантів у європейські суспільства: інтеграційна політика та громадська думка. Вісник Національного

технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2019. Політологія. Соціологія. Право. № 3. 139-146.

147. Хорошіє рускіє – це люди, які будуть руйнувати майбутнє після нашої перемоги. URL:<https://argumentua.com/stati/khorosh-rusk-tse-lyudi-yak-budut-ruinuvati-maibutn-p-slya-nasho-peremogi>

148. Чувирін Д. Е. Громадська думка як критерій оцінки діяльності правоохоронного сегменту сектору безпеки України. Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). 2010. Вип. 22. С. 206-214.

149. Шайгородський Ю. Розвиток громадянського суспільства та проблема «дефіциту демократії». Політичний процес у незалежній Україні: підсумки і проблеми. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2021. 345.

150. Що таке бот URL:<https://translations.com.ua/bot.html>

151. Що таке Дія? URL:<https://diia.gov.ua/faq/8>

152. Щорічний звіт Глобальної цифрової статистики Електронний ресурс, режим доступу: URL:<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

153. Юрій Малашко /Запорізька обласна військова адміністрація. URL:https://t.me/zoda_gov_ua

154. Я мрію про державу у смартфоні – Володимир Зеленський. URL:<https://www.president.gov.ua/news/ya-mriyu-pro-derzhavu-u-smartfoni-volodimir-zelenskij-55585>

155. Я працюю ботом і пишу сотні коментарів на день. URL:<https://www.village.com.ua/village/knowledge/mediahramotnist/340413-ya-pratsiuu-botom>].

156. Ягорі Я. Знущення світових масштабів. П'ять кроків Ілона Маска, за які його зненавиділи користувачі Twitter. URL:<https://www.epravda.com.ua/publications/2023/05/1/699620/>

157. Як отримати стікери в web-telegram. URL:<https://web-telegram.net/telegramm/telegram-servis/424-kak-poluchit-stikery-v-telegram-web.html>

158. Ярошенко В. М. Роль і місце громадської думки у процесі становлення інституту демократичної громадянськості в Україні. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер. : Політологія. 2013. Т. 212. Вип. 200. 146-150.

159. Axelrod R. The Structure of Public Opinion on Policy Issues The Public Opinion Quarterly Vol. 31, No. 1 .Spring, 1967. pp. 51-60.

160. Bell M. S., Quek K. Authoritarian Public Opinion and the Democratic Peace Published online by Cambridge University Press: 26 October 2017 International Organization. Volume 72. Issue 1. Winter 2018. pp. 227 – 242.

161. Burstein P. Public Opinion, Public Policy, and Democracy. In: Leicht, K.T., Jenkins, J.C. (eds) Handbook of Politics. Handbooks of Sociology and Social Research. Springer, New York, NY.2010. https://doi.org/10.1007/978-0-387-68930-2_4

162. Chukwuemeka O. Popular Diplomacy in an Autocracy – Public Opinion and Foreign Policy Decision-Making under the Military in Nigeria Ufahamu: A Journal of African Studies. Vol. 38. Issue 2. 2015. URL:<https://escholarship.org/uc/item/3r25x5b1>

163. Dalton R. J. Bürklin W., Drummond A. Public opinion and direct democracy. URL:<https://sites.socsci.uci.edu/~rdalton/archive/jod01.pdf>

164. de León E. On Issue Survival: News Media and How Political Issues Remain Salient in the Face of Crisis. International Journal of Public Opinion Research. Vol. 35. Issue 3. Autumn 2023. edad024, <https://doi.org/10.1093/ijpor/edad024>.

165. Democracy and Public Opinion

<https://open.lib.umn.edu/american-government/chapter/7-2-democracy-and-public-opinion/>

166. Dong X., Lian Y. A review of social media-based public opinion analyses: Challenges and recommendations. *Technology in Society*. Vol. 67. 2021. 101724. ISSN 0160-791X. URL:<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101724>.

167. Elmelund-Præstekær Ch., Hopmann D., Pedersen R. *Survey Methods, Traditional, Public Opinion Polling*. November. 2017. URL:<https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0245>

168. Feldman S. Structure and Consistency in Public Opinion: the Role of Core Beliefs and Values. *American Journal of Political Science*. 1988. Vol. 32. No. 2. pp. 416-440.

169. Ferguson Sh. D. *Researching the Public Opinion Environment: Theories and Methods*. SAGE Series in Public Relations. Publication year: 2000. 312 p. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781483328577>

170. Font J. La participación política en España. January 2008. URL: https://www.researchgate.net/publication/313701116_La_participacion_politica_en_Espana

171. *Global Public Opinion in an Era of Democratic Anxiety*. URL:<https://www.pewresearch.org/global/2021/12/07/global-public-opinion-in-an-era-of-democratic-anxiety/>

172. Grasp the techniques of mastery and guidance of public opinion: raise the quality of responding to and understanding public opinion crises. URL:<https://www.cecc.gov/publications/commission-analysis/grasp-the-techniques-of-mastery-and-guidance-of-public-opinion>

173. Guriev S., Treisman D. A theory of informational autocracy. *Journal of Public Economics*. Vol. 186. 2020. 104 – 158. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104158>.

174. Horne C. D. The Structure And Significance Of Public Opinion In Non-Democratic Contexts. URL:https://getd.libs.uga.edu/pdfs/horne_cal_e_d_201005_phd.pdf

175. How can public opinion influence social change? URL:<https://www.quora.com/How-can-public-opinion-influence-social-change>

176. Howse E., Cullerton K., Grunseit A. Measuring public opinion and acceptability of prevention policies: an integrative review and narrative synthesis of methods. Health Res. Policy Sys. 2022. 20 – 26. <https://doi.org/10.1186/s12961-022-00829-y>

177. Internet world stats. Електронний ресурс. Аналіз Інтернет аудиторії України. URL:<https://web.archive.org/web/20120308120849/http://www.inau.org.ua/252.3286.0.0.1.0.phtml>

178. It's Your World. URL:https://about.meta.com/?utm_source=about.facebook.com&utm_medium=redirect

179. Klašnja M. Measuring Public Opinion with Social Media Data. in Lonna Rae Atkeson, and R. Michael Alvarez (eds), The Oxford Handbook of Polling and Survey Methods, Oxford Handbooks, 2018. online edn, Oxford Academic, 5 Oct. 2015. URL:<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190213299.013.3>, accessed 14 Oct. 2023.

180. Measuring the Information Society Report. 2017. URL:<https://nonews.co/wp-content/uploads/2018/08/MISR2017.pdf>

181. Miller A. H., Reisinger W., Hesli V. Public Opinion And Regime Change The New Politics Of Postsoviet Societies. By Copyright 1993. URL: <https://www.routledge.com/Public-Opinion-And-Regime-Change-The-New-Politics-Of-Postsoviet-Societies/Miller-Reisinger-Hesli/p/book/9780367284725>

182. Ms.Detector. URL:Ms.Detector.media/internet/post/33021/2023-09-22-platforma-youtube-predstavyla-instrumenty-na-osnovi-shtuchnogo-intelektu-dlya-tvortsiv-video/

183. Muradova L. Public Opinion and Democracy Promotion in Autocracies: Does Oil Matter? URL:http://www.ub.edu/polexp/public-opinion-and-promoting-democracy-in-autocracies-does-oil-matter/

184. Number of X (formerly Twitter) users worldwide from 2019 to 2024. URL:https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwide/]

185. Google Україна Офіційний Блог. URL: https://ukraine.googleblog.com/2012/12/youtube.html

186. Packet Switching. URL: https://ethw.org/Packet_Switching

187. Peden G. C. Democracy, Dictatorship and Public Opinion : Some Economic Aspects of Foreign Policy. Publications de l'École Française de Rome Année. 1984 . 54-2. pp. 353-361

188. President Of Ukraine. URL:https://www.flickr.com/photos/165930373@N06

189. Public opinion Britannica. URL:https://www.britannica.com/topic/public-opinion

190. Risse-Kappen T. Public Opinion, Domestic Structure, and Foreign Policy in Liberal Democracies. World Politics. 1991. Vol. 43. No. 4. p. 479-512.

191. Roberts L. The Evolution of Packet Switching URL:https://www.ece.ucf.edu/~yuksem/teaching/nae/reading/1978-roberts.df

192. Rudolph Thomas J. Chapter 1: Public opinion and democracyDOI: URL:https://doi.org/10.4337/9781800379619.00009

193. Seeliger M. A. New Structural Transformation of the Public Sphere? An Introduction. URL: https://doi.org/10.1177/02632764221109439

194. Seungsu L., Jaeho Ch., Communication Mediation in an Era of Partisan Selectivity: Modeling Effects of Information and Discussion on Participation. *International Journal of Public Opinion Research*. Volume 35. Issue 3. Autumn 2023. edad020. URL: <https://doi.org/10.1093/ijpor/edad020>
195. Similar weB. URL: <https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/home>
196. Singh Sh. P. Quinton Mayne, Satisfaction with Democracy: A Review of a Major Public Opinion Indicator. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 87. Issue 1. Spring. 2023. 187–218.
197. Stewart E., Hartmann D. The New Structural Transformation of the Public Sphere. *Sociological Theory*. Vol. 38, No. 2 (JUNE 2020). 170-191.
198. Sure.digsee.com/digsee sure. URL: <https://sure.digsee.com/digsee-sure/>
199. Tannenber M. The autocratic bias: self-censorship of regime support, Democratization. 2022. 29:4. 591-610. DOI: 10.1080/13510347.2021.1981867
200. Techniques Used by Manipulators (and How to Fight Them) URL: <https://www.inc.com/jessica-stillman/10-popular-techniques-used-by-manipulators-and-how-to-fight-them.html>].
201. The top 500 sites on the web. URL: <https://web.archive.org/web/20160819105430/http://www.alexa.com/topsites>
202. Twitter підтверджує довічне блокування акаунту Трампа. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-trump-twitter-dovichne-blokuvannya/31096525.html>
203. USAID Internews щодо споживання медіа. Українські медіа. Ставлення та довіра у 2022 році. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf>

204. Volodymyr Zelenskyy / Володимир Зеленський.
URL:<https://twitter.com/ZelenskyyUa>

205. Volodymyr Zelenskyy. URL:https://www.instagram.com/zelenskiy_official/

206. Yu L., Chen H., Luo Wю, Li Ch. Online public opinion evaluation through the functional resonance analysis method and deep analysis Published: December 31, 2021.
URL:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261009>

207. Zahn M. Elon Musk's Twitter rebranded as X. Here's why.
URL: https://abcnews.go.com/Business/rebrandedtwitter/story?id=101605679&cid=social_twitter_abcn].

208. Zelenskiy / Official. URL:https://t.me/V_Zelenskiy_official

209. "ProZorro". URL:<https://dniprorada.gov.ua/uk/articles/category/prozorro/>