

Transformation of the State Socio-Political Communication System: the Influence of Social (Internet) Networks

UDC: 321.01:323.2

DOI: <https://doi.org/10.15421/172331>**Voronova Tatiana**Ph.D., Assoc. Prof., <https://orcid.org/0000-0002-9788-1232>, voronova@fsmv.dnu.edu.ua*Oles Honchar Dnipro National University (Dnipro, Ukraine)*

Abstract

Relevance. Globalization processes inherent in foreign and domestic relations influence the system of communication between state entities and social groups. Under the conditions of modern globalization challenges, in particular, the worldwide pandemic, there is an increase in the influence of social (Internet) networks on socio-political communication, which actualizes their research.

The **aim** of the article is to study the influence of social (Internet) networks on the socio-political environment of the state.

During the study were made the **results**: obtained in the research process: It is claimed that modern state transformations conditionally influence the system of socio-political communication between political institutions and social individuals and political subjects. It is substantiated that the network system of interaction and communication within the framework of the state political space makes a transition from classic tools of distribution, obtaining information and the communication process to the latest, higher quality tools, transforming the very nature of socio-political contact. It has been established that the Internet is emerging as a new and more effective tool for politicians, political institutions, political communication and political influence on the internal and external community.

Social (Internet) networks contribute to the improvement of the quality of the socio-political communication of the state, contributing to the integration of democratic institutions into it through the increase of freedom of speech and the involvement of subjects in the process of political communication.

Conclusions. The development of technological features of the information space creates new models and communication tools, one of which is social (Internet) networks. Such networks carry out the transformation of the features of distribution, obtaining information and implementing communication between political institutions and social groups. The emergence of new social (Internet) networks creates a new communication culture and new cultural institutions that replace the classical communication culture.

Keywords: political communication, social networks, Internet, political information, political environment, networks, public opinion

Трансформація системи соціально-політичної комунікації держави: вплив соціальних (інтернет) мереж

Воронова Тетяна*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна)*

Анотація

Актуальність. Процеси глобалізації, що притаманні для зовнішньодержавних та внутрішньодержавних відносин, здійснюють вплив на систему комунікації між державними суб'єктами та соціальними групами. За умов сучасних глобалізаційних викликів, зокрема, всесвітня пандемія спостерігається підвищення впливу соціальних (інтернет) мереж на соціально-політичну комунікацію, що й актуалізує їх дослідження.

Метою статті є дослідження впливу соціальних (інтернет) мереж на соціально-політичне середовище держави.

У процесі дослідження отримано наступні **результати**: Стверджується, що сучасні державні трансформації обумовлені здійснюють вплив на систему соціально-політичної комунікації між політичними інститутами та соціальними індивідами та політичними суб'єктами. Обґрунтовується, що мережева система взаємодії, комунікації у рамках державного політичного простору здійснює перехід від класичних інструментів поширення, отримання інформації та комунікаційного процесу до новітніх, більш якісних інструментів, трансформуючи саму природу соціально-політичного контакту. Встановлено, що Інтернет постає новим більш дієвим інструментом для політиків, політичних інститутів, здійснення політичної комунікації та реалізації політичного впливу на внутрішню та зовнішню спільноту. Соціальні (інтернет) мережі сприяють підвищенню якості соціально-політичної комунікації держави сприяючи інтеграції до неї демократичних інститутів через збільшення свободи слова та залученості суб'єктів до процесу політичної комунікації.

Висновки. Розвиток технологічних особливостей інформаційного простору створює нові моделі та інструменти комунікації, один з таких є соціальні (інтернет) мережі. Такі мережі здійснюють трансформацію особливостей розповсюдження, отримання інформації та реалізацію комунікації між політичними інститутами та соціальними групами. Поява нових соціальних (інтернет) мереж створює нову комунікаційну культуру та нові культурні інститути, що замінюють класичну комунікаційну культуру.

Ключові слова: у політична комунікації, соціальні мережі, Інтернет, політична інформація, політичне середовище, мережі, громадська думка

Вступ.

Сьогодні в розвинених країнах світу процес конвергенції інформатизації та телекомунікації став причиною зростання ролі глобального інформаційного простору (Данько, 2012, с. 181). Світ з системного перетворюється в мережевий, в лоні інформаційного суспільства виникає суспільство мережеве. В результаті в сучасному суспільстві електронні мережі починають грати все більш значну і зростаючу роль. Однак сучасні мережі це не тільки найпопулярніша з усіх видів мереж глобальна комп'ютерна мережа Інтернет, це і мережі міжнародних організацій, професійні, мережі громадських, релігійних організацій тощо (Данько, 2012, с. 182-183).

Про те, що ми живемо в мережевому світі ще в кінці минулого століття, писав іспанський дослідник М. Кастельс (Castells, 2010), котре проявляється, зокрема, у політичні, соціальній та інших сферах соціального існування. Він розглядає соціальну структуру, що формується сьогодні в глобальному масштабі як мережеве суспільство, найважливішою рисою якого виступає не домінування інформації або знання, а зміна напрямку їх використання, в результаті чого головну роль в житті людей знаходять глобальні, мережеві структури, що витісняють колишні форми особистої і групової залежності. Він також підкреслює, що іменує соціальну структуру інформаційного століття мережевим суспільством тому, що така структура, котра формує різноманітні мережі (влади, виробництва, досвіду, формують нову унікальну культуру віртуальності, що володіє характером глобальності. У свою чергу, новітні соціальні, політичні інститути слідує закономірностям суспільства мережевого типу. Прикладом може слугувати індустріальне суспільство, що у рамках свого існування суміжно функціонувало з преіндустріальними суспільними утвореннями. Проте, новітнє суспільство, що утворюється у рамках глобального інформаційного впливу володіє більшою динамічністю свого розвитку і поступово поглинає попередні соціальні та політичні форми суспільства (Castells, 2010, р. 305-311).

Соціальна мережа (мережа), за визначенням М. Кастельса, це варіативність взаємозалежних вузлів. Конкретний зміст кожного вузла залежить від характеру тієї конкретної мережевої структури, про яку йде мова, до них відносяться, наприклад, ради міністрів різних європейських держав, коли мова йде про політичну мережеву структуру управління Європейським Союзом та ін. Включення в мережеві структури або виключення з них, поряд зі зміною відносин між мережами, що втілюються за допомогою інформаційних технологій, визначає конфігурацію домінуючих процесів і функцій в сучасних суспільствах (Castells, 2010, р. 321). Мережі децентралізують виконання і розподіляють прийняття політичних рішень.

Мережеве співтовариство також розглядається в рамках сучасних соціологічних теорій. Представники даної мережевої теорії Р. Хіскот і Б. Уелман (Wellman, 2001) стверджують, що їх підхід відрізняється від соціологічних підходів, в яких вивчаються прийняття рішень акторами ізольовано від інших суб'єктів, а також розглядаються «особисті характеристики» суб'єктів. Теоретики мережевого підходу стверджують, що слід вивчати об'єктивну модель зв'язків, які об'єднують членів суспільства (Wellman, 2001, р. 228). Так, Б. Уелмен зазначає, що «аналітики мереж прагнуть вивчати упорядкований характер поведінки людей та співтовариств, а не регулярний порядок переконань про те, як їм слід поводитися. Отже, вони намагаються уникнути нормативних пояснень соціальної поведінки. Вони також відкидають будь-яке положення, яке трактує соціальний процес як суму персональних характеристик індивідуальних акторів та інтернаціоналізованих норм як таких, що не є структурними» (Wellman, 2001, р. 239).

Аналіз попередніх досліджень.

Наукове дослідження ґрунтується на доробках вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Н. Бортнік (2017), В. Бурлачук (2016), А. Вайєр (2019), О. Гоцур (2021), Ю. Данько (2012), К. Доценко (2014), О. Ковальчук (2018), К. Коган (2014), О. Кузняк (2020), Е. Лобовикова (2011), А. Потіха (2015), М. Castells (2010), М. Granovetter (1973), G. Sharp (2011), B. Wellman (2001). У контексті викладення результатів наукового дослідження їх доробки будуть детально розглянуті.

Метою статті є дослідження впливу соціальних (інтернет) мереж на соціально-політичне середовище держави.

Результати дослідження.

Мережеві теорії дозволяють проводити дослідження соціально-політичних відносин, громадських зв'язків, як колективних, так і індивідуальних, структури соціальних систем, що дозволяють виявити «впорядковані мережеві моделі». Мережеві теорії відстежують динаміку соціально-політичної сфери, тому що структура соціальної системи знаходиться в стані постійної трансформації в зв'язку зі зміною моделей взаємодії індивідів та груп. У свою чергу, спільні дії акторів можуть змінювати саму соціальну структуру, вносячи тим самим в соціально-політичні процеси нові напрямки і нові обмеження.

Мережі мають перевагу перед ієрархічно організованими зв'язками, вони більш рухливі та адаптивні форми організації, здатні розвиватися разом зі своїм оточенням і трансформацією вузлів, що утворюють мережу. В інформаційному суспільстві мережі все виразніше набувають характеру мереж інформаційних, посилені інформаційно-комунікаційними технологіями.

У самому широкому соціально-політичному сенсі мережа виступає як діяльнісний простір, що створюється та підтримується вузлами активності і каналами зв'язку потоками активності між ними (Гоцур, 2021, с. 54-55). Мережу можна розуміти як набір домовленостей, які передбачають здійснення спільних дій, спільне використання ресурсів і компетенцій двох або більше самостійних учасників (індивідуальних або інституційних) однієї або декількох територій для спільного досягнення цілей кожного з учасників (Лобовикова, 2011 с. 155).

Несистемний характер мережі обумовлює можливість вузлів залишати мережу або підключатися до неї в будь-який час. При виході з мережі того чи іншого вузла мережа заново реорганізується. Будучи незамкненою, мережа має гнучку конфігурацію і може розширюватися до нескінченності. Не існує системного домінування вузлів. Вузли підсилюють свою важливість за допомогою накопичення більшої інформації і більш ефективного її використання. Значимість вузлів виникає не стільки з їх специфічних рис, скільки з їх здатності до розподілу і трансформації інформації. У цьому сенсі головні вузли є вузлами перемикання, відповідними мережевій логіці (Лобовикова, 2011 с. 156).

Кожен вузол в мережі має мережеву владу. Мережева влада полягає в здатності впливати на діяльність інших учасників. У загальному випадку мережева влада виникає з здатності критичних вузлів бути не передавачами, а трансформаторами, тобто додавати певну цінність які проходять через них потоками, змінювати їх властивості в бік більшої користі чи змінювати напрямки потоків, запускати нові потоки. Сила мережевої влади забезпечується такими властивостями критичного вузла, як володіння унікальною інформацією, компетенцією, здатністю залучати нових членів і генерувати нові потоки, здатність надавати унікальні послуги (Бурлачук, 2016, с. 63).

Стрімкий розвиток і глибоке проникнення в усі сфери сучасного суспільства інформаційно-комунікаційних технологій виводять мережеві взаємодії на перший план: світ виходить на зовсім інший рівень використання інформації і комунікації. Сучасна інформаційно-комунікаційне середовище відкриває нові можливості громадської участі та контролю, процеси вже знаходяться на рухомому кордоні переходу громадської участі в політичну.

Вплив на формування громадської думки в соціальних мережах не настільки явний, він не розглядається користувачами як нав'язування, швидше повідомлення сприймається як рекомендації знайомих, як думка цікавих людей лідерів спільнот і це викликає більшу довіру. Така специфічна комунікація відмінно працює в соціальних мережах (Ковальчук, 2018, с. 39).

Засобами впливу на формування громадської думки в соціальних мережах стають технології digital-маркетингу. Найкращі техніки сучасного digital-маркетингу: контент-маркетинг, Big Data, автоматизація маркетингу, мобільний маркетинг, SMM, оптимізація конверсії, Інтернет речей, пошукова оптимізація, переносні пристрої, платна пошукова видача, онлайн-PR спільноти, дисплейна реклама, партнерства та інше. Застосування таких технологій у політичній діяльності це практичні прийоми, що підвищують ефективність функціонування політичних груп або окремих політиків у боротьбі за державну владу того чи іншого рівня. Вони оновлюються і трансформуються з урахуванням конкретної суспільно-політичної обстановки. (Кузняк, 2020, с. 67-69). Методи і механізми, що їх втілюють, повинні орієнтуватися на ретельний облік місця проведення і тимчасової актуальності використовуються комунікаційних каналів. З поширенням сучасного інформаційно-комунікаційного простору та формуванням інформаційного суспільства актуальність політичної діяльності та її реклами на основі інструментарію маркетингу соціальних медіа (SMM) набуває особливого значення, це новий, але дуже перспективний спосіб просування політичних ідей чи кандидатів за допомогою форумів, блогосфери, соціальних мереж, сервісів миттєвих повідомлень, тобто всіх доступних на сьогоднішній день соціальних медіа-каналів (Доценко, 2014, с. 97). У зв'язку з цим зміни, що відбуваються в соціальній сфері суспільства, вимагають від політичних лідерів активних дій в інформаційному полі всесвітньої мережі.

Існує ряд переваг такого інформаційного просування по порівнянні з традиційною рекламою: невисока вартість розповсюдження інформаційного повідомлення; більш широкий і точний охоплення цільової аудиторії; можливість отримувати швидкий зворотний зв'язок від того хто поглинає інформацію і оперативно реагувати на неї; підвищення лояльності соціальних груп, індивідів внаслідок оприлюднення політичної інформації тощо.

Сучасні соціальні мережі дають можливість отримувати докладні звіти про рейтинг використання посилок, статей, роздачі контенту на веб-ресурс компанії тощо. Політична організація сама може відслідковувати популярність створеної спільноти або групи серед користувачів, бачити, що привертає цільову аудиторію, а що ні, дізнаватися думки про те чи іншому продукті. Все це в кінцевому підсумку дозволяє створити лояльну базу споживачів. Найбільш актуальні інструменти для соціальних мереж виступають створення спільнот, блогів та мікроблогів, таргетована реклама, розміщення тізерів в «трафікоємких» спільнотах і блогах (Ковальчук, 2018, с. 40).

Не випадково сучасний Інтернет-простір став не просто структуруватися, мережеві спільноти стають

все більш самодостатніми, закритими для інших, обмежуючи можливу комунікацію. В цей процес все активніше втручається держава, ставлячи електронні бар'єри, фільтри поширення мережевої інформації. Можливості мереж використовуються для контролю за громадською думкою. (Wellman, 2001, p. 241).

Сьогодні вже можна говорити і про публічну політику в мережі. Під нею розуміється сукупність створених користувачами засобів публічної політики, заснованих на застосуванні технологій глобальної мережі Інтернет web 2.0 та web 3.0, які розширюють єдиний інформаційно-комунікаційний простір публічної сфери за допомогою впливу соціального середовища на створення, використання, відтворення контенту мережевого простору, що впливає на суспільство. Технології мережі Інтернет здатні змінити рівень і якість політичної участі, який сприяє формуванню конструктивної і дієздатної конкуренції всередині мережевого інформаційного простору між різними соціально-політичними акторами (Вайєр, 2019, с. 136-139). Особливістю функціонування сучасної публічної політики є підвищення ролі мережевих структур, зокрема ролі соціальних мереж і блогосфери, як нових акторів публічної політики. Під соціальними мережами в даному випадку розуміється технологічна платформа, створена в online-просторі, що служить для вертикальної та горизонтальної взаємодії користувачів (Коган, 2014, с. 63).

Соціальні мережі виконують перш за все функцію позиціонування індивіда або групи в онлайн-просторі за допомогою спеціалізованих web-ресурсів. Крім того, соціальні мережі спрямовані на розвиток міжособистісної і групової комунікації. Сьогодні, головним автором у соціальних мережах є рядовий користувач. Соціальні медіа виступають середовищем, в якому більш ефективні непрямі методи комунікаційного впливу, такі як створення спільнот за інтересами. Для соціальних медіа характерне живе неформальне спілкування, де користувачі яскраво виявляють свою потребу в бажанні комунікувати, що створює і відповідну культуру соціальної, політичної комунікації. Тому, профіль політика або політичного інституту, громадського діяча і будь-якої медійної особи, повинен бути оформлений згідно з відповідними вимогами такої культури (Потіха, 2015, с. 499).

Оформлення профілю, перш за все, це обличчя і візитна картка політика, перше враження потенційний користувач отримає виходячи з того, як оформлена сторінка в соціальній мережі. Кожен передплатник це потенційний електорат політика, на який в подальшому він може спиратися. Логін облікового запису повинен бути промовистим, відповідно обов'язкова наявність унікального аватару (графічне представлення облікового запису). Всі інформаційні поля про політику необхідно заповнити максимально. Ведення запису: щоденна публікація постів, а краще 2-3 поста в день, рекомендується

репостити (поширення постів) цікаві тематичні пости, активно спілкуватися з іншими користувачами тощо (Потіха, 2015, с. 409-500). У публікації контенту важливо позиціонування джерела, канал повинен бути з присутністю новизни, унікальним, відповідати актуального порядку денного. Одним з найголовніших інструментів маніпуляції аудиторією – це прив'язування інформації до актуального порядку денного. Для поліпшення цитованості допустимо оптимізувати текст під пошуковий запит.

При професійному просуванні політика в соціальних медіа можливе зіткнення з негативом з боку ворогів і недоброзичливців. При боротьбі з негативом в Інтернеті, зокрема в соціальних медіа основною помилкою є ігнорування і видалення його з просторів всесвітньої мережі (Бортнік, 2017, с. 55). Якщо з'явився негатив, то правильною стратегією при усуненні його є знаходження у коротку терміни негативну інформацію, створити контр інформаційне повідомлення і тим самим нейтралізувати виниклу ситуацію. У сучасному суспільстві динаміка появи нових інструментів політичної комунікації в арсеналі міжособистісної або міжгрупової взаємодії громадян безпосередньо пов'язана з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій.

Для політиків усього світу Інтернет в цілому, і соціальні мережі зокрема, давно стали інструментом взаємодії з соціумом, з допомогою якого можна виграти вибори, розповісти електорату про нові політичні дії, висвітлити, як вирішуються актуальні проблеми держави. Перевага використання соціальних мереж для політиків всього світу полягає, перш за все, в тому, що з їх допомогою можна впливати на широкі маси максимально ефективно.

Слід також відзначити зростання ролі мережевих електронних ресурсів в полі публічної політики. Це пов'язано з обмеженістю ресурсів, в першу чергу фінансових, внаслідок чого спостерігається ресурсна залежність цивільних структур і об'єднань від держави, жорсткістю законодавства та посиленням контролю над ними з боку державної влади з метою обмеження незалежної активності, все це об'єктивно підводить суспільні структури до захисту і просуванню своїх інтересів, до використання в своїй діяльності таких інструментів, як мережеві інформаційні ресурси (Коган, 2014, с. 63).

Державні структури, зі свого боку, переносять частину своєї діяльності в мережевий простір, створюючи додатковий комунікаційний канал і реалізуючи можливість здійснення в мережі діалогу зі структурами громадянського суспільства.

Мережеві структури, представлені соціальними мережами, вбудовуються в процес публічної політики і стають одними з ключових політичних акторів. Мережеві спільноти стають формою публічної політики, в рамках якої відбувається обмін інформацією між користувачами соціальних мереж

і блогосфери, що сприяє формуванню громадської думки і прийняття зважених рішень у сфері політики. Мережеві спільноти являють собою інтерактивну середовище, яке сприятиме не тільки формуванню принципово нових інформаційних можливостей для політичних дискусій і діалогу, а й конструювання нових груп і контргруп політичної мережевої громадськості (Коган, 2014, с. 64).

Сьогодні електронні соціальні мережі надають можливість вибудувати ефективну комунікацію між групою або групами індивідів, об'єднаних однією метою. Можливо прослідкувати нерівномірність розвитку соціальної (інтернет) комунікації і стверджувати що одні країни відстають від розвитку політичних процесів в провідних країнах, але їх інформаційна складова йде вперед колосальними темпами. Нинішня активність громадян в Інтернеті це, по суті, протополітична партія, яка з часом може перетворитися на реальну.

Проте, деякі дослідники вважають, що соціальні мережі не більше ніж ще один інструмент в багатому арсеналі суспільно-політичних рухів. На думку відомого фахівця з методів ненасильницької боротьби з диктаторськими режимами Дж. Шарпа, «використання соціальних мереж - це не новий метод, а лише нова система оповіщення учасників. Раніше телефонували, клеїли оголошення, роздавали листівки. Зараз до цього додалися повідомлення в соціальних мережах, але сам протест, його механіка залишаються незмінними: ті ж мітинги, демонстрації, голодовки, ходи, пікети ... » (Sharp, 2011, р. 201).

Однією з закономірностей функціонування соціальних мереж є «домінування слабких зв'язків», тобто поширення інформації через малознайомих або зовсім незнайомих людей, що є реальним втіленням класичної праці професора Стенфордського університету М. Грановеттера «Сила слабких зв'язків» (Granovetter, 1973, р. 1371). За десять років до появи електронних соціальних мереж він провів своє перше найвідоміше дослідження соціальних мереж як таких. Він хотів з'ясувати, як такі мережі посилюють соціальну мобільність, а також як люди, присутні в нашому житті, відкривають перед нами нові можливості. В результаті проведених досліджень М. Грановеттер прийшов до висновку про те, що інформація і можливості передаються через слабкі зв'язки набагато швидше, ніж через сильні, оскільки у людей зі слабкими зв'язками менше загальних контактів. Особливе значення М. Грановеттер надає тій об'єднуючій силі, якою володіють слабкі зв'язки. Більшість мережевих моделей в неявній формі мають справу з сильними зв'язками, і тим самим сфера їх застосування обмежується рамками малих груп з чітко

визначеними межами. (Granovetter, 1973, р. 1375). Завдяки цьому в разі поширення ідеї, наповненої великою емоційною складовою, соціальні мережі за короткий проміжок часу формують великі маси прихильників, здатних переходити до конкретних дій. Ця особливість соціальних мереж є одночасно і перевагою, і недоліком.

Висновки.

Розвиток технологічних особливостей інформаційного простору під впливом, у першу чергу, глобалізаційних процесів створює нові моделі та інструменти комунікації, один з таких є соціальні (інтернет) мережі. Такі мережі здійснюють трансформацію особливостей розповсюдження, отримання інформації та реалізацію комунікації між політичними інститутами на різних внутрішніх та зовнішніх рівнях і між політичними інститутами та соціальними групами. Поява нових соціальних (інтернет) мереж створює нову комунікаційну культуру та нові культурні інститути, що замінюють класичну комунікаційну культуру, способи та інструменти комунікації. Така нова культура виступає симбіозом фактичної культури соціально-політичного осередку та інноваційних тенденцій притаманних саме соціальним (інтернет) мережам.

Такі зміни здійснюють трансформацію системи соціально-політичних відносин в державі, у першу чергу, у наслідок збільшення можливостей соціуму до доступу до політичної інформації, у другу чергу, це швидкість отримання такої інформації, а також її варіативність, тобто, на відміну від класичних джерел інформації, сьогодні індивід може одночасно здійснити огляд варіативних політичних точок зору. Соціальні (інтернет) мережі надають широкі можливості участі у політичній комунікації. Завдяки «живій» (online) комунікації соціальні групи або окремі індивіди можуть приймати безпосередню участь у дискусії пов'язаної з політичною проблематикою або з представником політичного інституту, або з іншим зацікавленим у цьому політичному питанні, тобто, стає активним учасником соціально-політичного середовища держави, що, безперечно, впливає на розвиток політичної системи держави, розвитку у ній громадянського суспільства, так як, сприяє розвитку свободи слова, сприяє участі індивідів у політичному житті держави та розвитку інших демократичних інституцій.

Проте, існує проблема у рівні технологічного розвитку окремих держав, що проявляється, у першу чергу, у доступі до соціальних (інтернет) мереж різних соціальних груп, це може виступати показником ефективності соціально-політичного розвитку держави, що безперечно, є актуальним для подальшого дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Бортнік, Н. (2017). Особливості застосування соціального медіа-маркетингу для просування продукту підприємств. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 2, 53-56.
- Бурлачук, В. (2016). Мережева влада і соціальний порядок. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 3, 62-77.
- Вайер, А. (2019). Інтерактивні форми політичної комунікації. *Актуальні проблеми політики*, 64, 134-144.
- Гоцур, О. (2021). Соціальні мережі і політичний PR в українських та закордонних виборчих кампаніях. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*, 2 (2), 53-57.
- Данько, Ю. (2012). Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*, 2, 179-184.
- Доценко, К. (2014). Політичний бомонд у соціальних медіа: особливості бренд-комунікативних стратегій. *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки*, 1-2, 95-99.
- Ковальчук, О. (2018). Технології Big Data в інноваційному маркетингу. *Український журнал прикладної економіки*, 1, 36-52.
- Коган, К. (2014). Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*, 16, 61-71.
- Кузняк, О. (2020). Місце цифрових та інтернет-технологій в інформаційному супроводі діяльності політичних партій. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 3, 65-73.
- Лобовикова, Е. (2011). Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, 5, 154-160.
- Потіха, А. (2015). Мережеві сторінки політичних партій як інформаційний ресурс. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*, 41, 496-511.
- Castells, M. (2010). *The End of the Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. III. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 6, 1360-1380.
- Sharp, G. (2011). *Sharp's Dictionary of Power and Struggle: Language of Civil Resistance in Conflicts*. 1st Edition. Oxford University Press.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (2), 227-252.

REFERENCES

- Bortnik, N. (2017). Peculiarities of using social media marketing for product promotion of enterprises. *Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy*, 2, 53-56.
- Burlachuk, V. (2016). Network power and social order. *Sociology: theory, methods, marketing*, 3, 62-77.
- Castells, M. (2010). *The End of the Millennium, The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. III. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- Danko, Yu. (2012). Social networks as a form of modern communication: pros and cons. *Modern society*, 2, 179-184.
- Dotsenko, K. (2014). Political Beaumont in social media: features of brand communication strategies. *State and regions. Series: Humanities*, 1-2, 95-99.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 6, 1360-1380.
- Hotsur, O. (2021). Social networks and political PR in Ukrainian and foreign election campaigns. *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic": Journalism*, 2 (2), 53-57.
- Kogan, K. (2014). Social networks as an element of the new social environment. *International Scientific Forum: Sociology, Psychology, Pedagogy, Management*, 16, 61-71.
- Kovalchuk, O. (2018). Big Data technologies in innovative marketing. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, 1, 36-52.
- Kuzniak, O. (2020). The place of digital and Internet technologies in the information support of the activities of political parties. *Library science. Documentary science. Informatology*, 3, 65-73.
- Lobovikova, E. (2011). Social networks as a phenomenon of the information society. *Bulletin of Lviv University. Sociological series*, 5, 154-160.
- Potikha, A. (2015). Web pages of political parties as an information resource. *Scientific works of the National Library of Ukraine named after V. I. Vernadskyi*, 41, 496-511.
- Sharp, G. (2011). *Sharp's Dictionary of Power and Struggle: Language of Civil Resistance in Conflicts*. 1st Edition. Oxford University Press.
- Wellman, B. (2001). Physical place and cyberplace: rise of personalized networking. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (2), 227-252.
- Wyer, A. (2019). Interactive forms of political communication. *Actual problems of politics*, 64, 134-144.