

УДК 329-044.22:316.776

**КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ПАРТІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ЧИННИК ПОЛІТИЧНОЇ
СОЦІАЛІЗАЦІЇ ГРОМАДЯН****COMMUNICATION ASPECT OF PARTY
ACTIVITIES AS A CAUSE FOR POLITICAL
SOCIALIZATION OF CITIZENS****Щедрова Г. П.,**

доктор політичних наук, професор, завідувач
кафедри політології та міжнародних відносин,
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»
(Дніпро, Україна), e-mail: dh.psh@duan.edu.ua,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1884-0799>

Марковська Я. Е.,

здобувачка, ВНЗ «Університет імені Альфреда
Нобеля» (Дніпро, Україна),
e-mail: markowska.yana@gmail.com,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1980-9208>

Shchedrova H. P.,

Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the
Department of Political Science and International
Relations, Higher educational institution
«Alfred Nobel University» (Dnipro, Ukraine),
e-mail: dh.psh@duan.edu.ua,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1884-0799>

Markovska Ya. E.,

Fourth, Higher educational institution «Alfred
Nobel University» (Dnipro, Ukraine),
e-mail: markowska.yana@gmail.com,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1980-9208>

Політичні партії як активні та важливі учасники політичного процесу у більшості своїх функцій мають закладену комунікаційну складову. Комунікація дозволяє визначити і репрезентувати групові інтереси, побудувати діалог всередині партійної системи тощо. Разом із тим, комунікаційний процес є вагомою складовою реалізації ще однієї партійної функції – політичної соціалізації громадян. Її призначення – не лише залучення індивідів до політики, але й формування соціальної бази партії, стабільність і масштаб якої визначає рівень електоральної підтримки.

Визначено, що політичні партії мають достатній обсяг механізмів (організація акцій, функціонування громадських приймальень), засобів (виступи і заяви на рівні лідерів, функціонерів і довірених осіб, зустрічі із виборцями) та інструментів соціалізації (мережа Інтернет, зокрема, соціальні мережі, засоби масової комунікації). Ці елементи соціалізаційного впливу в основі застосування і функціонування містять комунікаційну складову.

З'ясовано, що в умовах розвитку інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативних технологій у здійсненні партійних комунікацій збільшується роль віртуальних каналів і медіа. Поруч із перевагою у вигляді більшого охоплення аудиторії це провокує такі ризики, як: абстрагування від реального суспільства, втрата адресності потоку політичної інформації, відсутність зворотного зв'язку у порівнянні із форматом особистого спілкування. Вказана тенденція не оминула й Україну, де рівень довіри до політичних партій як виразників інтересів суспільства залишається доволі низьким (12-13%).

Констатовано, що політична соціалізація громадян, здійснювана партіями із використанням комунікаційних технологій, не є самоціллю політичного інституту, адже кінцева мета будь-якої політичної діяльності, зокрема, партійної, є здобуття, використання та утримання влади і вплив на ухвалення владних рішень.

Ключові слова: політична партія, партійна система, політична комунікація, політична соціалізація, інформаційно-комунікаційні технології, громадянське суспільство.

Political parties as active and important participants of the political process have a built-in communication component in most of their functions. Communication allows to identify and represent group interests, to construct a dialogue within the party system etc. Alongside, communication process is a substantial component of implementation of another party function – political socialization of citizens. Its purpose is not only the involvement of individuals into politics, but also the formation of a social base of the party, the stability and scale of which is determined by the level of electoral support.

It has been defined that political parties have a sufficient range of mechanisms (organization of actions, functioning of public reception offices), means (speeches and statements by leaders, functionaries and authorized persons, meetings with voters) and instruments of socialization (Internet, in particular social media, mass media). These elements of socialization influence contain communication component in the basis of their application and functioning.

It has been ascertained that in conditions of the development of information-oriented society and information and communication technologies increases the role of virtual channels and media in the implementation of party communications. It has the advantage of reaching larger audience, however, in comparison to the format of personal communication it provokes risks, such as abstracting away from the real society, loss of addressness of the flow of political information and often lack of the feedback. This trend has not bypassed Ukraine, where the level of trust to political parties as mouthpieces of the interests of society still remains rather low (12-13%).

It has been stated that political socialization of citizens, carried out by parties with the use of communication technologies, is not a goal in itself for a political institution, because the ultimate goal of any political activity, in particular, party activity, is to gain, use and hold the power and also to exert influence on decisions made by the power.

Keywords: political party, party system, political communication, political socialization, information and communication technologies, civil society.

Постановка проблеми. В умовах стрімкого розвитку інформаційного суспільства, онлайн-технологій, дистанційних форм комунікації політичні інститути також розширюють свої функціональні можливості і роль у якості каналів для взаємозв'язку як всередині системи, так і на рівні влада – суспільство. Одну з провідних ролей у вказаному контексті відіграють політичні партії, які у процесі захисту та ретрансляції групових інтересів надають комунікаційній функції пріоритетного значення. Для вітчизняної політичної науки ці аспекти актуалізуються у зв'язку зі зміною у законодавстві, зокрема, виборчому, коли політичні партії набувають більшого значення як на центральному – парламентському, так і місцевому – у рамках об'єднаних територіальних громад – рівнях.

Ураховуючи, що суспільство у структурному розумінні політичної системи зазвичай позиціонується як зовнішнє середовище, аргументованим є припущення, що залучення громадян до комунікації з партійними лідерами, акторами, регіональними осередками – це частина процесу політичної соціалізації.

Аналіз останніх досліджень. Наукові дослідження комунікаційних аспектів політичної діяльності переважно зосереджені на таких напрямках, як теоретичне обґрунтування процесу політичної комунікації (Л. Макаренко, М. Остапенко, І. Поліщук, Ю. Рубан), особливості політичної комунікації в умовах інформаційного суспільства (Н. Громадська, Л. Кочубей), інформаційні технології у політичній комунікації (С. Денисюк, Г. Щедрова), партійні комунікації (Г. Агафонова, К. Одаренко, М. Тимченко, Ю. Тищенко, І. Хомин, А. Черноівана).

ненко), інформаційно-комунікаційні аспекти політичної соціалізації (В. Медведєва, Н. Шеременко) та ін.

Західна політологія досліджує проблеми комунікаційної сфери політики з середини ХХ ст., зокрема, доцільно звернути увагу на роботи Б. Макнейра «Вступ до політичної комунікації», П. Дальгрена «Медіа і політична участь: населення, комунікації та демократія», Д. Грабер «Медіа-сила у політиці», К. Брантса та К. Волтнера «Політична комунікація у демократії постмодерна», одного з провідників системного виміру політики К. Дойча («Нерви управління: моделі політичної комунікації та контролю», «Націоналізм та соціальна комунікація: дослідження основ національності») та ін. Водночас, вплив реалізації комунікаційної функції політичними інститутами на суспільство залишається менш дослідженими. Йдеться передусім про роль партійної комунікації у різних її проявах у процесі соціалізації населення.

Цілі та завдання дослідження. Закладена у тему наукової статті широка проблематика зосереджується на вирішенні таких дослідницьких завдань, як визначення комунікаційного потенціалу партії для здійснення політичної соціалізації громадян, тобто з'ясування і розмежування механізмів, засобів та інструментів комунікації. Не менш важливою є спроба дати оцінку вітчизняним партіям у контексті реалізації ними функцій комунікації та політичної соціалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Враховуючи предмет дослідження, а це складний механізм із взаємозалежними процесами, варто побудувати аналіз із домінуванням структурно-функціонального підходу. Зумовлена це такими чинниками:

- партії є елементом політичної системи, що перебувають у постійному процесі взаємодії з іншими політичними інститутами;
- комунікаційна складова функціонування політичних партій має як внутрішній (внутрішньопартійна комунікація), так і зовнішній (взаємний обмін інформацією із суспільством, зворотній зв'язок тощо) виміри. Таким чином, комунікація, з одного боку, це запорука існування партій, з іншого, – функція політичної партії;
- реалізація партійними суб'єктами комунікаційної функції переважно відбувається крізь процес залучення до діалогу певних груп суспільства, а це прямо чи опосередковано реалізує механізм залучення індивідів до політики, тобто політичної соціалізації.

Комунікація як процес лягла в основу здійснення пріоритетних функцій політичних партій, до яких, на думку англійського політолога Е. Хейвуда, належать: представництво інтересів суспільних груп, формування і рекрутування політичної еліти, визначення цілей розвитку держави, артикуляція інтересів та їх агрегування, соціалізація та мобілізація громадян, формування уряду [14, с. 134]. У свою чергу, нідерландський політичний компаративіст Г. Даадлер уважає, що ступінь виконання партіями та партійною системою своїх основних

функцій є критерієм оцінки стану їхнього розвитку [19, с. 25].

Ще один напрямок функціонування політичних партій, інструментом реалізації якого виступає саме процес комунікації, є забезпечення сталих зв'язків між державою та громадянським суспільством, громадянським суспільством та політичними партіями, політичними партіями та державними структурами. Описана система взаємообігу інформації відповідає визначенню поняття «політична комунікація», яке запропонував французький політик і науковець Р.-Ж. Шварценберг, а саме – процес передачі політичної інформації, завдяки якому вона циркулює від однієї частини політичної системи до іншої і між політичною системою і соціальною системою [15, с. 174]. Учений також наголошував, що цей процес обміну інформацією між індивідами та групами на всіх рівнях триває безперервно.

Складовими політичної комунікації вітчизняна дослідниця Ю. Тищенко називає комунікатора, повідомлення, канал, комуніканта, реакцію і зворотний зв'язок, а складну модель політичної комунікації пропонує трактувати як компонент політичної системи суспільства, що встановлює зв'язки між інститутами політичної системи [11, с. 10]. Традиційно спостерігається своєрідна боротьба «популістської» та демократичної політичної комунікації. У першому випадку йдеться про активну комунікаційну фазу, переважно під час електорального процесу, коли застосовуються усі можливі шляхи впливу на електорат з метою завоювання його прихильності. Інший підхід змістовно описав політолог Г. Почепцов як комунікацію з пріоритетом зворотного зв'язку, коли одержувач інформації має право вибору: виконувати чи не виконувати заклик повідомлення, що надійшло [8]. Така модель передбачає існування зворотного зв'язку, свободу волі набувача інформації, прозорі намагання переконати в режимі діалогу та існування різних думок та повідомлень [11, с. 11]. Каналами політичної комунікації зазвичай є засоби масової інформації, політично організовані утворення, неформальні засоби й актуалізовані розвитком інформаційно-комунікаційних технологій віртуальні канали.

Комунікаційна функція політичних партій нерідко ототожнюється із таким напрямком їхньої діяльності, як формулювання і представництво інтересів різних груп суспільства. З об'єктивних причин, саме у здійсненні цієї функції, у першу чергу, зацікавлені соціальні групи, й від ефективності її виконання залежить рівень електоральної підтримки партії. У дослідженні Центру Разумкова «Трансформація партійної системи: український досвід у європейському контексті» обґрунтовується теза про те, що проблема зв'язків із соціальними групами, по суті, ставить під сумнів виконання партіями вказаної функції. Серед причин експерти називають такі:

- по-перше, основні групи суспільства, що виокремлюються за соціально-економічним критерієм, не отримують консолідованого представництва;

- по-друге, представленими виявляються переважно соціокультурні, а не соціально-економічні інтереси суспільних груп;

- по-третє, частина груп залишається зовсім без представництва (наприклад, прихильники екологічного напрямку) [12, с. 105].

Такі умови партійної діяльності унеможливають виконання соціальних функцій та зумовлюють низьку стабільність партійної системи, дезорієнтують її як опосередковуючу ланку між державою і громадянським суспільством, а також негативно впливають на легітимність влади в цілому.

Описані аспекти діяльності політичних партій та умов їхнього функціонування дозволяють зробити висновок, що ефективна комунікація на усіх рівнях є запорукою формування стійкої соціальної бази партії. Водночас, підтримка й оновлення цієї соціальної бази забезпечується шляхом процесу політичної соціалізації – його до категоризації політичної комунікації включила, зокрема, російська дослідниця О. Карасьова. Вона вважає, що політична комунікація – це процес передачі, обміну політичною інформацією, яка структурує політичну діяльність, надає їй нове значення, формує громадську думку, забезпечує процес політичної соціалізації громадян з урахуванням їхніх потреб і інтересів, процес обміну сенсами, новинами між владою і суспільством, між політичними акторами з метою досягнення розуміння і згоди [4, с. 346]. До безпосередніх функцій політичної комунікації соціалізацію включила вітчизняна політологиня Л. Макаренко, яка вказує, що у рамках комунікаційного процесу політична соціалізація сприяє встановленню важливих і необхідних норм політичної діяльності і політичної поведінки [4, с. 347]. Зауважимо, що реципієнтом у комунікаційному полі реалізації функції політичної соціалізації є громадянське суспільство – воно здатне сприймати й адаптувати сигнали від політичної сфери, обробляти їх і виступати ініціатором зворотного зв'язку.

На важливості здійснення комунікації політичними інститутами наголошував й один із авторів системної теорії політики К. Дойч, який визначав політичну систему як мережу інформаційних потоків та комунікацій, а політичні повідомлення вважав чинником, що формулює політичну поведінку [1, с. 25]. У даному контексті доцільно згадати вислів «хто володіє інформацією – той володіє світом». Його автор У. Черчилль одним із перших визначив інформацію стратегічним ресурсом, а у подальшому, з розвитком інформації і медіа-технологій, К. Дойч ввів до наукового обігу таке поняття, як «дейтократія», тобто інформаційна еліта [1, с. 219]. Таким чином, серед груп впливу самодостатніми стали ті суб'єкти політики, які володіють ресурсним потенціалом, що дозволяє виробляти та транслювати необхідну інформацію, контролюють засоби масової комунікації та відповідні владні інститути.

Політична соціалізація, яка узагальнено визначається як сприяння засвоєнню індивідом певної системи політичних цінностей, знань і норм, залученню його до політичної системи, охоплює своїм

впливом життя людини з ранніх етапів. Аргументованою є існуюча думка, що родинні цінності і виховання впливають на вироблення і засвоєння людиною й політичних орієнтирів. Тобто електоральна поведінка індивідів формується у процесі ранньої соціалізації. На думку вітчизняного політолога М. Тимченка, це виражається у схильності до підтримки певної партії, ґрунтуючись на тому, що цю партію підтримують члени сім'ї або і більш далекі предки. Подібний тип електоральної поведінки отримав назву «партійної ідентифікації», яка є важливою індивідуальною цінністю та нерідко може суперечити індивідуальним інтересам. Емпіричним обґрунтуванням даного підходу є проведення у США дослідження, які засвідчили, що виборці, які психологічно тяжіють до певних політичних партій, не приділяють уваги тому, наскільки це відповідає їхнім дійсним потребам [10, с. 170]. На недоліках такого трактування наголошував французький партолог М. Дюверже, вказавши, що у 60-70 рр. ХХ ст. у результаті досліджень констатовано відхід виборців від традиційних партійних структур та початок нівелювання зв'язку між класовою приналежністю та електоральною поведінкою [3].

Зауважимо, що рання соціалізація потребує точних стимулів і мотивацій, які й формують політично активний соціальний базис у структурі соціально-політичних відносин. Партії, вплив яких дедалі зростає, з огляду на описані вище функції мають відповідний потенціал, аби домінувати серед чинників політичної соціалізації громадян. Варто визначити засоби, інструменти та механізми, з допомогою яких політичні партії можуть соціалізувати індивідів:

- механізми соціалізації – сукупність проміжних станів або процесів залучення індивідів до політики, система функціонування інституцій чи суб'єктів, які за таку діяльність відповідають. Йдеться про організацію акцій під патронатом партій, функціонування громадських приймалень тощо;

- засоби соціалізації – прийоми або спеціальні дії, які дозволяють втягнути людину у політичний процес. Зокрема, маються на увазі виступи і заяви на рівні лідерів, функціонерів і довірених осіб, зустрічі із виборцями та ін.;

- інструменти соціалізації – це своєрідні знаряддя та технологічний супровід процесу; з огляду на розвиток інформаційного суспільства, онлайн-технологій одна з найдинамічніших його складових. Безумовно, вагомими і дієвими інструментами політичної соціалізації є мережа Інтернет, зокрема, соціальні мережі, засоби масової комунікації тощо.

Щодо мережі Інтернет експерти наголошують на всеохоплюючій ролі цього інструменту, вказуючи, що функціонально він одночасно є і агентом політичної соціалізації, і засобом масової комунікації, і середовищем, де політична соціалізація відбувається. Тут варто додати, що кількість інтернет-користувачів у світі перевищила 4 мільярди осіб, з яких 3 мільярди є аудиторією соціальних мереж [13]. В Україні також постійно збільшується кількість тих, хто має доступ до мережі Ін-

тернет. Дослідження кінця 2019 р. показало, що лише 15% населення наразі не охоплені мережами жодного з операторів інтернет-послуг [2]. Таким чином, потенціал і ресурс онлайн-технологій, з одного боку, є доволі потужним у формуванні соціальної бази політичної партії, з іншого, – виступає впливовим чинником політичної соціалізації населення. В умовах глобальної інформатизації неможливо уявити сучасне суспільство без новітніх інформаційно-комунікативних технологій, під якими розуміються сукупність технічних засобів (комп'ютерів, пристроїв, приладів), призначених для автоматизації процесів обробки даних, розв'язування задач, що потребують великого обсягу обчислень, обробки даних експериментів і т. ін. [16, с. 7].

Інтернет-технології як прийоми створення і підтримки різних інформаційних ресурсів у комп'ютерній мережі Інтернет стали невід'ємною частиною політичного простору. Саме вони дозволили вперше у комунікаційну систему політики включити безпосередню опцію комунікації – потокового обміну інформацією між суб'єктами і об'єктами політичної дії [18, с. 152]. На сьогодні інформаційно-комунікаційні технології перетворилися на один із найважливіших інструментів формування інтересів, потреб, поглядів, впливу на світогляд особистості, тобто соціалізації. Окрім переваг такі явища провокують і певні ризики, головний із яких, на нашу думку, це абстрагування від реальної аудиторії, втрата адресності потоку політичної інформації, адже інтернет-спільнота не персоніфікована, а функція зворотного зв'язку не завжди передбачена комунікативною платформою або ж її повідомлення ігноруються. Інший негативний аспект – це штучність й імітованість «громадської думки», яку часто формують з допомогою таких маніпулятивних технік, як використання інтернет-ботів, поширення фейків тощо.

Українська дослідниця Н. Шеременко визначила сутність соціалізаційних ефектів засобів масової комунікації (ЗМК) та виявила, що вони проявляються на двох рівнях:

- на мікрорівні (на рівні особистості) міра соціалізаційного впливу ЗМК, з одного боку, залежить від дій космічних, біологічних та соціально-психологічних факторів, які можуть як посилювати його, так і нівелювати; з іншого боку, ЗМК мають можливість використовувати всі вказані групи факторів, впливаючи на політичну свідомість особистості та спрямовуючи її політичну соціалізацію в певний бік;

- на макрорівні (на рівні суспільства) вплив ЗМК на суспільство відбуваються в усіх його сферах. У політичній площині вони зводяться до створення у громадській свідомості узагальненої картини політичного життя суспільства та їхнього відображення на електоральній поведінці громадян [17, с. 5-6].

Політична соціалізація, зокрема, й здійснена через форми партійної діяльності, не є самоцілью, її наслідки – це активізації політичної участі, електоральна активність, формування суспільних

груп інтересів, соціальної бази партії і так званого «ядерного електорату», залучення громадян у якості членів партії тощо. Кінцева ж мета будь-якого політичного процесу – це здобуття, використання й утримання влади як на місцевому (локальному), так і загальнодержавному рівнях.

Доцільно звернути увагу й на можливість реалізації функції політичної соціалізації вітчизняними партіями, які в умовах законодавчих змін розширюють свої повноваження. Врахувати умовний потенціал соціалізуючого чинника партійної діяльності допоможе аналіз рівня довіри населення України до інституту політичних партій. Такі заміри соціологічні агенції проводять регулярно – вони визначають оцінку діяльності політичних партій та специфіку їх сприйняття громадянами. Так, за даними Центру Разумкова, у 2017 р. ставлення громадян до інститутів, покликаних представляти їхні інтереси в суспільно-політичних процесах, було здебільшого негативним. Громадяни визнавали у якості такого представника політичні партії (21,1%) та громадські організації (18,6%). Але рівень довіри до політичних партій (33,1%) та оцінки їхньої діяльності були дуже низьким [7, с. 21, 57]. Подальша динаміка така: на початку 2019 р. довіряли політичним партіям 12,3% опитаних, не довіряли – 77%; наприкінці 2019 р. опитування показало 16,8% довіри і 54% недовіри респондентів [9; 6].

З одного боку, низький рівень довіри громадян до більшості державних (політичних) інститутів зберігається протягом тривалого часу, що також підтверджено наведеними вище соціологічними дослідженнями. Аналізуючи причини такої ситуації, фахівці вказують на неефективну або ж недостатню комунікацію між владою та громадянами. З іншого боку, політичні партії з огляду на специфіку свого функціонування і призначення мають чи не найбільше можливостей цей недолік усунути. Загалом, про те, що політичні партії в Україні мають зосередитися саме на комунікаційній сфері, наголошують багато вітчизняних дослідників. Зокрема, пропонується унести зміни до законодавства щодо парламентських виборів, модифікувавши пропорційну систему з метою її більшої персоніфікації, посилення комунікації між виборцями, партіями та конкретними кандидатами [12, с. 82].

Варто також зазначити, що майже половина (45%) громадян нещодавно заявляли про низьку поінформованість про партії, що може бути наслідком недостатньої уваги з боку партій та їхнього керівництва до проблем налагодження постійної ефективної комунікації з суспільством [5]. Отже, комунікаційна складова партійної діяльності в Україні має бути спрямована не лише на соціалізацію населення, але й на інформування останнього про свою діяльність, цілі, наміри, ідеї та цінності. На нашу думку, проаналізовані у дослідженні засоби, інструменти та механізми комунікації дозволяють партіям виконати ці завдання.

У сучасних умовах в Україні превалює тяжіння до активної комунікації із виборцями, використовуючи, насамперед, ЗМІ (більше мережеві і теле-

візійні) і комунікаційні платформи (соціальні мережі, месенджери, онлайн-канали), натомість організаційні засоби (зокрема, громадські приймальні) втрачають свою актуальність. Щодо характеристик домінуючої форми комунікації, то вона зводиться здебільшого до політичної реклами партій та їхніх лідерів, активізується у періоди виборчих кампаній, підпорядковуючись їхнім цілям, не передбачає повноцінного, тобто двостороннього діалогу з електоратом. Таким чином, Україну, хоч і з запізненням, але не оминула тенденція перенесення комунікації партій із суспільством у віртуальний простір, доповнившись такою рисою, як послаблення рівня підзвітності перед громадянами. Показово, що дефіцит комунікації з суспільством спостерігається як щодо правлячих партій, так і стосовно опозиційних, особливо у міжелекторальний період.

Висновки та подальші перспективи дослідження. На фоні потреби в активізації комунікаційних механізмів політичних партій ми визнаємо за ними важливу роль як інституту політичної соціалізації і рекрутування, налагодження ефективної, постійної комунікації з громадянами, формування демократичних засад державного врядування. Сутність описаних комунікаційних процесів полягає у передачі, переміщенні та обігу політичної інформації. Із отриманням політичного досвіду, знань, цінностей відбувається координація зусиль людей, їхня політична соціалізація й адаптація, структурується політичне життя. Характер політичної комунікації та соціалізації часто визначається станом загальної та політичної культури, а передумовами оптимального розвитку політичної комунікації як соціалізуючого чинника є інтелектуальна свобода, відкрита політична конкуренція, інші демократичні свободи, зокрема, свобода слова.

Партії володіють достатнім набором механізмів, засобів та інструментів для здійснення політичної комунікації. Цей процес є різновекторним і забезпечує як політичну соціалізацію населення, так і його інформування про саму партію та її діяльність. І функціонування партійної системи, і реалізація партіями своїх функцій в умовах розвитку інформаційного суспільства підпорядковані, у тому числі, впливу інформаційно-комунікаційних технологій. Це зумовило тенденцію переносу партіями акцентів інформаційно-пропагандистської діяльності з безпосереднього спілкування з виборцями в інтернет-простір. Ці обставини вкотре актуалізували питання вироблення та запровадження своєрідних «правил гри» у використанні партіями віртуальних медіа, а онлайн-комунікації як механізм політичної соціалізації потребує подальшого наукового дослідження.

Список використаних джерел

1. Дойч К., 1963. Нервы управления: модели политической коммуникации и контроля. *Прогресс*. 387 с.
2. Доступу до інтернету не мають 15% українців [online]. *ІА «Укрінформ»*. Доступно: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2827973-dostupu-do-internetu-ne-maut-15-ukrainciv.html>

3. Дюверже М., 2000. Политические партии [online]. *Академический Проект*. 538 с. Доступно: <https://www.gumer.info/bibliotek/Buks/Polit/Duverg/index.php>
4. Макаренко Л., 2016. Теоретичні засади аналізу ролі політичної комунікації в сучасній політичній системі. *Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник»*. 110. С. 343–348
5. Партійна система України до і після майдану: зміни, тенденції розвитку, суспільні запити [online]. *Центр Разумкова*. Доступно: http://razumkov.org.ua/upload/1442416518_file.pdf
6. Підсумки-2019: громадська думка: Соціологічне опитування [online]. *Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва*. Доступно: <https://dif.org.ua/uploads/pdf/11959295625e040cd8aca726.53964640.pdf>
7. Політична культура та парламентаризм в Україні: сучасний стан та основні проблеми, 2017. *Інформаційно-аналітичні матеріали до Фахової дискусії 14 грудня 2017 р.* 125 с.
8. Почепцов Г., 2001. Теория коммуникации [online]. *Рефл-бук, Ваклер*. Доступно: <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
9. Рівень довіри до суспільних інститутів та електоральні орієнтації громадян України: Соціологічне опитування [online]. *Центр Разумкова*. Доступно: <http://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/riven-doviry-do-suspilnykh-institutiv-ta-elektoralni-orientatsii-gromadian-ukrainy>
10. Тимченко М., 2017. Партійні комунікації сучасної України: структурно-функціональний вимір. Дисертація на здобуття наук. ст. к.політ.н. *Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*. 240 с.
11. Тищенко Ю., Байор П., Товт М., Горобчишина С., 2010. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство. *Укр. незалеж. центр політ. дослідж.* 148 с.
12. Трансформація партійної системи: український досвід у європейському контексті, 2017. *Центр Разумкова*. 428 с.
13. У 2018 інтернет-користувачів стало 4 млрд, з них понад 3 млрд користуються соцмережами – дослідження [online]. *Громадське Телебачення*. Доступно: <https://hromadske.ua/posts/u-2018-internet-koristuvachiv-stalo-4-mlrd-z-nih-ponad-3-mlrd-koristuyutsya-socmerezhami-doslidzhennya>
14. Хейвуд Э., 2008. Политический спектр. Теория партий и партийных систем: Хрестоматия. *Аспект Пресс*. 400 с.
15. Шварценберг Р. Ж., 1993. Политическая социология. *Российская академия управления*. Ч. 1. 180 с.
16. Швачин Г., Толстой В., Петречук Л., Івашенко Ю., Гуляєва О., Соболенко О., 2017. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. *НМетат*. 230 с.
17. Шеремко Н., 2010. Вплив засобів масової комунікації на політичну соціалізацію особистості в умовах становлення інформаційного суспільства. Автореф. на здобуття наук. ст. к.політ.н. *НПУ імені М. П. Драгоманова*. 22 с.
18. Щедрова Г., 2019. Вітчизняна практика використання онлайн-технологій в електоральному процесі. *Гілея: науковий вісник*. 144(3). С. 151–155.
19. Daadler H., 1983. The Comparative Study of European Parties and Party Systems. Western European party systems: continuity and change. *SAGE Publications*. P. 1–27.

References

1. Doich K., 1963. Nервы upravleniya: modely polytycheskoi kommunykatsyy u kontrolya. *Prohress*. 387 s.
2. Dostupu do internetu ne maiut 15% ukrainsiv [online]. *IA «Ukrinform»*. Dostupno: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2827973-dostupu-do-internetu-ne-maut-15-ukrainciv.html>

3. Diuverzhe M., 2000. Polytycheskye partyy [online]. Akademicheskyyi Proekt. 538 s. Dostupno: <https://www.gumer.info/bibliotek/Buks/Polit/Duverg/index.php>
4. Makarenko L., 2016. Teoretychni zasady analizu roli politychnoi komunikatsii v suchasni politychnii systemi. Zbirnyk naukovykh prats «Hileia: naukovyi visnyk». 110. S. 343–348
5. Partiina systema Ukrainy do i pislia maidanu: zminy, tendentsii rozvytku, suspilni zapyty [online]. Tsentr Razumkova. Dostupno: http://razumkov.org.ua/upload/1442416518_file.pdf
6. Pidsumky-2019: hromadska dumka: Sotsiologichne opytuvannia [online]. Fond «Demokratychni initsiatyvy» im. Ilka Kucheriva. Dostupno: <https://dif.org.ua/uploads/pdf/11959295625e040cd8aca726.53964640.pdf>
7. Politychna kultura ta parlamentaryzm v Ukraini: suchasnyi stan ta osnovni problemy, 2017. Informatsiino-analitychni materialy do Fakhovoi dyskusii 14 hrudnia 2017 r. 125 s.
8. Pocheptsov H., 2001. Teoriia kommunykatsyy [online]. Refl-buk, Vakler. Dostupno: <http://sodium.ge/downloads/kommunikacisteoria/pocheptsov%20teoria%20komunikacii.pdf>
9. Riven doviry do suspilnykh instytutiv ta elektoralni oriiientatsii hromadian Ukrainy: Sotsiologichne opytuvannia [online]. Tsentr Razumkova. Dostupno: <http://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/riven-doviry-do-suspilnykh-instytutiv-ta-elektoralni-oriiientatsii-hromadian-ukrainy>
10. Tymchenko M., 2017. Partiini komunikatsii suchasnoi Ukrainy: strukturno-funktsionalnyi vymir. Dysertatsiia na здобуття наук. ст. к.політ.н. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. 240 s.
11. Tyshchenko Yu., Baior P., Tovt M., Horobchysyna S., 2010. Modeli politychnoi komunikatsii: politychni partii ta hromadianske suspilstvo. Ukr. nezalezh. tsentr polit. doslidzh. 148 s.
12. Transformatsiia partiinoi systemy: ukrainskyi dosvid u yevropeiskomu konteksti, 2017. Tsentr Razumkova. 428 s.
13. U 2018 internet-korystuvachiv stalo 4 mlrd, z nykh ponad 3 mlrd korystuiutsia sotsmerezhamy – doslidzhennia [online]. Hromadske Telebachennia. Dostupno: <https://hromadske.ua/posts/u-2018-internet-koristuvachiv-stalo-4-mlrd-z-nih-ponad-3-mlrd-koristuyutsia-socmerezhami-doslidzhennia>
14. Kheivud Э., 2008. Polytycheskyi spektr. Teoriia partyi y partyinykh system: Khrestomatiya. Aspekt Press. 400 s.
15. Shvartsenberh R. Zh. 1993. Polytycheskaia sotsyologiya. Rossyiskaia akademyia upravleniya. Ch. 1. 180 s.
16. Shvachych H., Tolstoi V., Petrechuk L., Ivashchenko Yu., Huliaieva O., Sobolenko O., 2017. Suchasni informatiino-komunikatsiini tekhnolohii: Navchalnyi posibnyk. NMetAU. 230 s.
17. Sheremenko N., 2010. Vplyv zasobiv masovoi komunikatsii na politychnu sotsializatsiiu osobystosti v umovakh stanovlennia informatiinoho suspilstva. Avtoref. na zdobuttia nauk. st. k.polit.n. NPU imeni M. P. Drahomanova. 22 s.
18. Shchedrova H., 2019. Vitchyzniana praktyka vykorystannia onlain-tekhnolohii v elektoralnomu protsesi. Hileia: naukovyi visnyk. 144(3). S. 151–155.
19. Daadler H., 1983. The Comparative Study of European Parties and Party Systems. Western European party systems: continuity and change. SAGE Publications. P. 1–27.