

its conservatism, Foreign Office manages to adapt to the current challenges by implementing up-to-date informational technologies in its life. The United Kingdom has one of the most effective public diplomacy models all over the world. Public diplomacy tools in Great Britain (British Council, BBC etc.) maintain British image on the highest level by spreading news, information concerning the United Kingdom, as well as British culture, movies, music etc. Even Royal Family in Great Britain becoming a subject of public diplomacy, since it has its own accounts in social networks and it constantly informs public inside and outside the borders of the country of important occasions in its life, participation in events etc. Activities of the kid positively influence the image of Britain in public's eyes all over the world.

Key words: *traditional diplomacy, public diplomacy, Foreign Office, BBC, digital diplomacy, twiplomat, Twitter, Facebook.*

РЕЦЕНЗЕНТИ: Балабанов К.В., д.політ.н, проф.; Антонюк О.В., д.політ.н, проф.

УДК 323.22/.28:004.738.5

А.О. Янченко

МЕДІАТИЗОВАНА ПОЛІТИЧНА УЧАСТЬ: ДО НОВОГО ОПИСУ СУЧАСНИХ ПАРТИЦИПАТОРНИХ ПРАКТИК

У статті зроблено спробу проаналізувати сучасні практики політичної участі громадян у контексті використання нових інформаційно-комунікаційних технологій. Автор розглядає процес медіатизації політичної системи як один із ключових факторів, що впливають на трансформацію форм участі у політичному житті. Пропонується авторське визначення поняття «медіатизована політична участь», представлена поточна наукова дискусія про різні характеристики, рівні, види цього типу залучення громадян у політику.

Ключові слова: *політична участь, медіатизація, медіатизована політична участь, ІКТ, Інтернет, соціальні медіа, політична мобілізація.*

Сучасна політика являє собою системну взаємодію державних інститутів, політичного класу, бізнес-кіл, третього сектору, експертної спільноти, індустрії ЗМІ та численних громадських та професійних співтовариств, що спрямована на вироблення принципів співіснування і ефективний перерозподіл ресурсів. При цьому політична участь є одним з найважливіших феноменів, пов'язаних із забезпеченням демократичності політичного режиму, оскільки широка участь громадян у прийнятті політичних рішень, публічній політиці є важливим механізмом пошуку балансу інтересів, захисту прав різних соціальних груп, легітимізації існуючої системи політичних відносин і розподілу влади. Політична участь безпосередньо пов'язана з діяльністю громадянського суспільства, його контролюючими та моніторинговими функціями, і визначає рівень респонсивності держави через здатність політичної системи реагувати на активність громадян і стимулювати новий цикл зворотного зв'язку.

Теорія політичної участі почала активно розвиватися з середини ХХ ст. у зв'язку зі спробами концептуалізації основних параметрів інституційного дизайну західних держав. Початок цьому напрямку досліджень було покладено роботою американських

політологів Г. Алмонда та С. Верби «Громадянська культура», в якій участь розглядалася як важливий елемент політичної культури. Класичне визначення політичної участі було запропоновано в 70-х рр. С. Вербою та Н. Наєм, які розуміли під нею прямий або опосередкований вплив громадян на формування політичних інститутів та їх діяльність. Вчені також вказували, що ступінь участі громадян у політичному житті неоднакова і залежить від ряду соціальних факторів, як то соціально-економічний статус, інтерес до політики, політична компетентність, наявність необхідних для участі ресурсів та ін. [1]. Їх висновки були доповнені в дослідженнях М. Каазе, Дж. Нагеля, Л. Мілбрета, Л. Козера, С. Роккана, С. Гантінгтона та багатьох інших вчених, які проаналізували конкретні статистичні параметри, нормативні принципи, механізми та закономірності політичної участі в різних країнах. У той час як ранні дослідження асоціювали політичну участь з голосуванням громадян та їх залученням до виборчих кампаній в рамках процедури конкурентних виборів, що забезпечує функціонування системи представництва, пізніші розробки значно експлікували зміст цієї політологічної категорії. Так, наприклад, одна з відомих типологій, запропонована Г. Брейді, розглядає електоральну та неелекторальну політичну активність громадян, ділячи останню на конвенціональну (як то формальні і неформальні контакти з політичними акторами, волонтерська робота в політичних організаціях) і неконвенціональну (підписання петицій, різні форми громадських протестів тощо) [2].

Зафіксована сучасними дослідниками трансформація практик політичної участі відбувається в наші дні під впливом безлічі нових економічних, суспільно-політичних, культурних чинників. Занепад електоральної активності в розвинених демократіях, скорочення членства в політичних партіях поряд з розквітом популістських і ультраправих рухів, криза класичних ідеологій, поширення цинізму та деполітизації, популяризація громадянського активізму, протестної активності і політично вмотивованого споживчого досвіду, нові парадигми лайфстайл-політики, діяльність глобальних квазіінституціоналізованих суспільно-політичних структур – ці та багато інших тенденцій вимагають політологічного осмислення. Аналіз подібних змін призводить до необхідності перегляду або уточнення класичних політологічних концепцій і теоретичних моделей, пошуку нових пояснювальних стратегій, відповідних сучасним реаліям. Мета нашої статті – розглянути процес реорганізації репертуару політичної участі, доступного громадянам, в контексті медіатизації поля політики.

Сучасні суспільства переживають структурні зміни, пов'язані з тим, що суспільні відносини і повсякденна поведінка громадян значною мірою фреймуються новітніми комунікативними технологіями та інститутами медіа [3]. Всі аспекти людського життя стають все більш залежні від засобів збереження і передачі інформації. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) перетворюються на той медіум, який пронизує всі повсякденні практики – від міжособистісного спілкування, пошуку кулінарних рецептів, читання новин, торгівлі та ведення бізнесу, до організації публічних заходів, декларування громадянської позиції та взаємодії з інститутами влади.

Процес медіатизації політичних систем сучасних держав, тобто значне збільшення ролі засобів комунікації в політичних практиках та розширення обсягів медійно опосередкованих зв'язків у політичному просторі, актуалізує проблеми взаємодії політичних акторів та громадян.

Історично склалося, що магістральною темою політологічних досліджень, присвячених медіатизації, виступає аналіз взаємопроникнення політичного процесу та індустрії новинних медіа, представлених в аналогової та цифрової формі – радіо, газет, журналів, телебачення [4]. Медійний фактор, - основні напрацювання тут зроблені у 80-

90-х рр. стосовно телебачення, - розглядається в розрізі пропаганди, мобілізації населення, маніпуляції громадською думкою, інструментами яких виступають ЗМІ.

Говорячи про медіатизацію політики, вчені констатують суперечливі ефекти від розширеного використання медіа в політичній конкуренції. З одного боку, політика і система прийняття рішень в державі стають набагато більш відкритою та публічною сферою, доступною для пересічного спостерігача. Але, з іншого боку, з метою підвищити своє публіциті політичні діячі обирають меседжі та публічні іміджі, що відповідають жанровим конвенціям і внутрішнім правилам медійної системи, і, таким чином, стають залежні від традицій журналістики та існуючого в середовищі ЗМІ консенсусу щодо змісту та параметрів новинного дискурсу. Використання таких популярних маркетингових прийомів політичного сторітелінгу, як штучна поляризація думок, спрощення суспільно значущих тем, стереотипізація і архетипізація іміджу, персоніфікація досягнень держави, є гарною ілюстрацією цієї тенденції. Отже, особливості відображення в масмедійній комунікації публічної сторони боротьби за владу здатні вводити громадян в оману. Таким чином, можуть виникнути серйозні перешкоди у функціонуванні інститутів представництва та захисту колективних інтересів, що негативно відіб'ється на якості та ефективності державного управління. Предметом наукової дискусії при цьому стають питання, в якому співвідношенні сучасний політичний процес відбувається у відповідності до медійних і політичних закономірностей, наскільки ЗМІ є незалежним соціальним інститутом, в якому саме ступені політичні актори керуються медійною, а не політичною операціональною логікою [5].

Однак медіатизація політики не зводиться до прямого або непрямого перетворення медійної форми політичних інститутів і персоналій внаслідок зміни їх моделей використання мас-медіа.

На периферії дослідницького фокусу перебувають проблеми, пов'язані з реконфігурацією політико-медійних фреймів «аудиторії» політичних акторів — громадян. В той же час соціальні перетворення, пов'язані з інформатизацією, комп'ютеризацією, поширенням нових медіа серед широких верств суспільства та їх інкорпоруванням в поле політики, призводять до перекомбінування показників середовища політичної активності громадян, трансформуються важливі параметри політичної системи:

- доступність політичної інформації;
- доступність політичних акторів;
- доступність контактування з іншими громадянами;
- доступність політичних спільнот та об'єднань;
- доступність засобів та інструментів участі [6].

Нові реалії суспільно-політичних відносин змінюють моделі і контекст залучення звичайних людей до боротьби за відстоювання тих чи інших політичних альтернатив, спрямованих на задоволення їх потреб і запитів. Це дає нам право говорити про появу нового своєрідного типу партиципаторних практик, який ми позначаємо терміном «медіатизована політична участь».

Під медіатизованою політичною участю ми пропонуємо розуміти активність пересічних громадян, спрямовану на залучення в поле політичних рішень на різних рівнях політичної системи, яка репрезентується в медіапросторі завдяки використанню сучасних (новітніх) медіа.

Політична сфера, природно, не зводиться до медіапрезентацій політичної комунікації. Констатуючи зростаючу роль використання медіа в політичній поведінці

громадян, ми не намагаємося переглянути діючі в суспільстві закони владних відносин в бік медіадетермінізму, а скоріше прагнемо до аналізу змін, які відбуваються з імпульсами вимог і підтримки, що направляються всередину політичної системи. Медіатизація політичної участі є, по суті, результатом адаптації громадян до нового полісуб'єктного формату медіаландшафту та розширення його ролі в політичному процесі. Така адаптація відбувається в трьох напрямках:

- нові засоби комунікації, які використовують громадяни;
- нові комунікаційні стратегії, які вони реалізують;
- новий політичний дискурс, який вони генерують.

Нові медіа здатні виступати для громадян агрегатором політичної інформації та новин, що характеризується великою кількістю незалежних джерел даних, обмеженими можливостями гейткіперів, плюралізмом інтерпретацій конкретних політичних подій. Разом з тим, нова медійна архітектура, ІКТ, комп'ютерні програми та сучасні гаджети переформатують консьюмеристський тип споживання медіа-контенту. Розмивається грань між виробниками і споживачами інформації, аудиторія діє як продьюзери (в термінології А. Брюнса), перестаючи бути пасивними глядачами, спостерігачами і отримуючи можливість креативно відповідати на мас-медійні меседжі, продукуючи і ділячись зі своїми соціальними мережами новинами та ідеями власного авторства.

Осмислюючи цей культурний бекграунд, Г. Дженкінс говорить про народження «суспільства участі», що прийшло на зміну «суспільству споживання», і зазначає такі його відмінні риси:

- низький поріг входження для низький порог входження для творчого самовираження і громадянського залучення;
- легкість процесу створення культурних артефактів і розповсюдження їх для аудиторії;
- наявність певного неформального наставництва, коли вміння знавців передаються новачкам;
- переконаність членів суспільства в тому, що їхній індивідуальний досвід є важливий для суспільства в цілому;
- усвідомлення членами суспільства певної міри глобальних соціальних взаємозв'язків, що існують між ними [7].

Багато форм політичної поведінки, що пов'язані з політичною комунікацією, функціонуванням соціальних мереж і побудовою співтовариств інтересів, здійснюються в онлайні або з використанням онлайну. В умовах синергії офлайнової та онлайннової сфер соціального континууму у громадян виникає потреба транслювати свою політичну активність в медіа-простір Інтернету, зробити її онлайн-публічною. Така мотивація лежить в площині максими «подія, яка не залишила цифрового сліду, не відбулася». Сучасні технології роблять доступним патерн поведінки т.зв. «Людини з кіноапаратом», для якої документування того, що відбувається, є способом самореалізації. Факт політичної участі може бути з легкістю зафіксований за допомогою аудіовізуальних засобів і текстових повідомлень. При цьому, завдяки перманентному підключенню до Мережі, зникає розрив між моментом створення медіа-контенту та його шерингом (sharing).

Однак мова йде не просто про своєрідний рекламний медіа-супровід громадянської політичної активності. Сучасні практики політичної участі є імпліцитно медіатизованими, оскільки походять із загальних особливостей використання новітніх соціальних медіа, які підштовхують користувача до створення і поширення контенту через впровадження відповідних інструментів в користувацькі інтерфейси і дизайн

бекенду [8, с. 105]. З іншого боку, ця інтенція підкріплюється мобілізаційними кампаніями в Інтернеті, здійснюваними політичними акторами та громадськими організаціями із залученням принципів інтерактивності і гейміфікації.

Медіатизацію політичної участі можна простежити і на рівні дискурсивних практик. Горизонтальні зв'язки між Інтернет-користувачами, що отримали стимул з поширенням парадигми Web 2.0 і сервісів соціальних медіа, розвиваються в умовах зростаючої потреби в самореалізації, пошуку нових ідентичностей, нових форм репрезентації і визнання. В той же час класичні ідентичності (гендерні ролі, національність, громадянство, культурні установки, належність до певної соціально-економічної групи, класу, політична позиція) не зникають і не заміщуються, навпаки, вони знаходять нові можливості для маніфестації у віртуальному середовищі.

Використовуючи соціальні медіа, людина втягується у властиві їм специфічні ігри, а створюваний користувачем для кожної окремої платформи віртуальний аватар («протагоніст») може наділятися різними конфігураціями ідентичності «автора» залежно від політичного моменту, позиціонування і групових традицій, представлених в дискурсі конкретного Інтернет-майданчику. У цьому сенсі можна говорити про формування своєрідної «культури оповідачів-нараторів», яка репродукується в просторі соціальних медіа. Для спільнот нараторів, що створюють текстовий і аудіовізуальний дискурс і взаємно впливають на «оповіді» один одного, трансляція активності в рамках політичної участі є такою ж складовою онлайн-«автобіографії», як повідомлення про переглянуті фільми, зроблену покупку або фотографії з туристичної поїздки. Формована спільнотами нараторів онлайн-публічна сфера висуває до Інтернет-користувачів вимогу щодо рефлексії та ретроспективної раціоналізації поведінки відповідно до поточного порядку денного, інформаційних приводів та актуальних інтерпретативних стратегій. Маргінес також знаходить можливості для презентації своїх специфічних дискурсивних форм, виступаючи опозицією та альтернативою до популярної ідеології і культурному мейнстриму.

Нові канали мобілізації, скорочення транзакційних витрат при обміні інформацією, інтернет-ініціативи (netroots), віртуальний активізм та цифрові громадські кампанії, нові транснаціональні форми участі та нові мережеві способи організації громадських рухів змінюють характеристики політичного залучення. Але слід підкреслити, що традиційна політична участь, яка ґрунтується на ідентифікації з партіями, конкретною ідеологією і соціальною проблематикою, не зникає. Медіатизуються всі потенційно реалізовані форми участі громадян у політиці. Підтвердженням цього можуть служити листування з політичними діячами на сайтах соціальних мереж, чек-іни на виборчих дільницях, стрімінги з праймеріз, фотографії з голосування і широка агітація в Інтернеті, що проводиться самими виборцями в період виборів.

Реальні політичні дії громадян, здійснювані в конкретній локації, так би мовити, відкидають тінь на віртуальний світ Мережі, в якому постають, з одного боку, як документальна хроніка, оповідання, а з іншого – як поле комунікативних актів, пов'язаних за допомогою хештегів, лайків, ретвітів і геотегов. Соціальні дії транскодуються в медіа-контент у реальному часі завдяки активності самих політичних активістів, а також випадкових свідків і журналістів, які прибувають на місце подій. Така медіа-тінь фактично обумовлює розширення топосу політичної активності, сцени події і забезпечує залучення широкої аудиторії коментаторів і інтерпретаторів, які продукують додаткові політичні сенси, а, отже, і вводять дискурс акту політичної участі в простір публічної сфери. Політична участь, таким чином, каналізується через соціальні мережі, стаючи персональним наративом активіста і стимулюючи подальшу

мобілізацію прихильників за допомогою віральності і емоційного зараження («вірусного гейткіпінгу»). Це привертає увагу інших політично активних громадян, які поширюють інформацію, сприяють роботі професійних ЗМІ, організують фандрайзинг тощо. У цих умовах співпричетність реалізується не через присутність, а через обговорення, інтерактивне поширення і новозадіявані форми участі [9].

Слід особливо підкреслити, що така онлайн-публічна політична участь разом з безумовними перевагами несе серйозні ризики для політичних активістів. Розміщена в Мережі персональна інформація без належного захисту може з легкістю стати надбанням зловмисників і бути використана проти самих громадян. Під виглядом боротьби з екстремістами, терористичними об'єднаннями та організованою злочинністю уряди багатьох держав шпигують за громадянами, ведуть війну з інакомисленням і політичною опозицією, нібито захищаючи суспільну мораль, вводять цензуру, обмежують права і свободи, що стосуються доступу до інформації та її поширення. Все ширше впроваджуються методики моніторингу громадської думки в соціальних медіа, створюються спеціальні підрозділи, націлені на формування вигідної владі інтерпретації актуальних політичних подій. В результаті громадяни змушені відмовлятися від сучасних форм політичної активності через острах переслідувань.

Форми політичної участі, пов'язані з використанням ІКТ, крім традиційних ресурсів, забезпечуваних соціально-економічним статусом і рівнем політичної активності, вимагають від громадян додаткової компетентності, тому що безпосередньо залежать від навичок використання Інтернету та технічних засобів [10]. Значення має те, як багато часу людина проводить в Мережі, наскільки пріоритетний для неї саме цей тип медіа. Тому особливим середовищем медіатизованої політичної участі виступає міський простір мегаполісу. Сьогодні жителі міст реалізують свої повсякденні стратегії медіа-споживання і медіа-виробництва в особливому культурному контексті, який Р. Сілверстоун називає «медіаполіс» [11]. Саме великі міста забезпечують соціо-технічну інфраструктуру, необхідну для функціонування масових інформаційних і комунікаційних мереж. Складна багаторівнева система міських спільнот робить можливим співіснування різних ієрархій важливості суспільних подій і альтернатив політичного порядку денного. Політична участь мешканців медіаполісу реалізується через різні політичні матриці, які відображатимуть стиль життя, колективні інтереси і бачення справедливого соціального порядку, що черпаються з медіа та фіксуються в медіа.

Характерна для пізньої сучасності переактуалізація компонентів політичної ідентичності, коли на перше місце для громадянина виходять цінності, пов'язані не з тією чи іншою політичною доктриною, а виникають з його власного способу життя та персонального досвіду, також значно впливає на розширення горизонту дій в рамках медіатизованої політичної участі. Використання Інтернет-технологій та портативних пристроїв сприяє популярності фреймів індивідуального політичного акціонізму. Змінюються і модули кооперації в межах громадських рухів. Вуличний політичний протест у форматі масової демонстрації або окупації міського простору стає важливою формою переживання політичної спільності, солідарності. Імпульс до самовираження веде до численних зразків карнавалізації вуличних акцій, використання елементів перформансу, хепенінгу, інсталяції. В той же час відсутність колективного порядку денного, крім негативного, організаційні проблеми, з якими стикається більшість неінституціоналізованих мережевих структур, криза лідерства перетворюють багато зразків колективної політичної активності в сукупність індивідуальних медіатизованих протестів («wiki-протест»), не здатну створити помітний вплив на розстановку політичних сил і процеси прийняття політичних рішень. Однак приклад таких різних за

джерелами мотивації політичних мереж, як Indignados, Occupy Wall Street, Євромайдан, демонструє, що громадяни, залучені до медіатизованої політичної участі, можуть ставати значною силою в політичному ландшафті, а простір протесту — локусом влади.

У науковому співтоваристві тривають суперечки щодо питання, чи сприяє медіатизація залученню до політичної активності громадян, які раніше були пасивними і воліли до абсентеїзму замість будь-яких форм прояву реакції на застосовувані державою заходи, чи вона веде до надання нових каналів комунікації лише для політично активної частини суспільства.

Прояви медіатизованої політичної участі можуть значно відрізнятися від країни до країни, залежно від економічного та інформаційного рівня суспільства, політичного контексту і прогресу технологій, тому що ІКТ продовжують інтенсивно розвиватися, Інтернет і нові медіа трансформуються, а аудиторія їх користувачів все ще активно зростає. Отже, будь-які спроби дослідника впорядкувати, класифікувати цю систему комунікації будуть наштовхуватися на нові чинники. Так, наприклад, Брюс Бімбер і Річард Девіс у своїй книзі «Campaign Online» (2003 р.), докладному дослідженні використання Інтернету на виборах 2000 року в США, переконливо довели, що політичні сайти відвідуються переважно симпатиками відповідної політичної сили і тому не впливають на електорат, що досі не визначився. У висновку вони роблять припущення, що Інтернет буде надавати незначний вплив на політику всередині США, оскільки підтримуватиме існуючу систему політичних відносин, а не мінятиме її. Їх зауваження щодо ролі політичних сайтів актуальні і сьогодні, проте загальний прогноз був спростований вже в 2004 р., коли республіканець Говард Дін зміг організувати ефективну мобілізацію прихильників та збір коштів через Інтернет [12]. Якщо перша виборча кампанія Барака Обами в Інтернеті сприймалася як інноваційна модель комунікації з виборцями, то під час виборів 2012 р. використання соціальних медіа стало мейнстримовою практикою і, отже, розгубила, незважаючи на збільшення майже всіх статистичних показників, частину прогресистського іміджу. «Дорослішання» технології трансформує її сприйняття в бік невід'ємної, традиційної частини життя, ритуалізує її використання.

Вже зараз очевидно, що з розвитком вдягуваних пристроїв, прогресом у проектуванні гаджетів, технологічною та програмною еволюцією концепції соціальних медіа, поєднаної з практиками лайфлогінгу, та впровадженням електронного управління державою буде змінюватися і зміст медіатизованої політичної участі.

Отже, впровадження медіа-практик в політичну активність громадян призводить до перетворення репертуару дій, появи нових можливостей для політичної комунікації за моделлю «знизу – вгору» і значного ускладнення дискурсу політичної участі. Відстоювання особистих і колективних інтересів в політичному полі внаслідок медіатизації збагачується інструментарієм, що забезпечує нові способи, техніки і прийоми контактування, кооперації та мобілізації. Кожен акт політичної участі незалежно від масштабів артикульованої проблеми потенційно може стати предметом обговорення в публічній сфері, стимулювати суспільну дискусію про дії влади і потреби населення, тобто створити новий політичний порядок денний.

Сьогодні надзвичайно перспективним бачиться включення до предметного поля політологічних досліджень таких важливих параметрів медіатизованої політичної участі, як агентність, нові патерни політичної активності, показники колективної дії, соціального капіталу, принципи самоорганізації, системи суб'єкт-суб'єктних інтеракцій, мовні стилі, прийоми і методи мобілізації. Наші подальші розробки будуть присвячені досягненню цієї мети.

Список використаної літератури

1. Verba S. Participation in America : Political Democracy and Social Equality / S. Verba, N. Nie. – New York : Harper and Row, 1972. – 428 p.
 2. Brady H. An Analytical Perspective on Participatory Inequality and Income Inequality [Electronic resource] / H. Brady. - Mode of access : <https://www.russellsage.org/sites/all/files/u4/Brady.pdf>.
 3. Livingstone S. On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008 / S. Livingstone // Journal of Communication. – 2009. – 59. – P. 1-18.
 4. Strömbäck J. Introduction / J. Strömbäck, F. Esser // Journalism Studies. – 2014. – 15:3. – P. 243-255.
 5. Strömbäck J. Four Phases of Mediatization : An Analysis of the Mediatization of Politics / J. Strömbäck // Press Politics. – 2008. – № 13. – P. 228-246.
 6. Sæbø Ø. The shape of eParticipation: Characterizing an emerging research area / Ø. Sæbø, J. Rose, L. S. Flak // Government Information Quarterly. – 2008. – 25. – P. 400-428.
 7. Jenkins H. Confronting the Challenges of Participatory Culture [Electronic resource] / H. Jenkins. – Mode of access : https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262513623_Confronting_the_Challenges.pdf.
 8. Schaefer M. T. Bastard Culture! [Electronic resource] / Mirko Tobias Schaefer. – Mode of access : http://mtschaefer.net/media/uploads/docs/Schaefer_Bastard-Culture_2011.pdf.
 9. Bennett W. L. The Personalization of Politics : Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation / W. Lance Bennett // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. – 2012. – № 644. – P. 20-39.
 10. Krueger B. Assessing the Potential of Internet Political Participation in the United States : A Resource Approach / Brian S. Krueger // American Politics Research. – 2002. – № 30. – P. 476-498.
 11. Silverstone R. Media and Morality : on the Rise of the Mediapolis / R. Silverstone. – Cambridge, 2007. – 224 p.
 12. Karpf D. Social Science Research Methods In Internet Time / D. Karpf [Electronic resource]. – Mode of access : <http://ssrn.com/abstract=1929095>.
- Стаття надійшла до редакції 22.09.2014 р.

A. Ianchenko

MEDIATIZED POLITICAL PARTICIPATION: TOWARDS A NEW MODEL OF MODERN POLITICAL PRACTICES

This article focuses on attempts to analyze the current citizens practices of political participation within the context of use of new information and communication technologies (ICT). Many scholars argue that political actors adapt themselves to the logics of media tailoring their news representation, choosing more populist and misleading messages and thus undermining the established policymaking processes. But it's also necessary to pay attention to regular citizens who can benefit from the changes of media landscape. So called mediatization is the key element of the transition of political engagement and, among other factors, reframes people's possibilities in political field changing their communication strategies, enhancing instruments of participation and stimulating political discussion. We define mediatized political participation as rational actions by ordinary citizens represented in the online public sphere of social media and aimed at influencing some political outcomes. It's not about a political game changer but it's better to be seen as a result of new "participatory" media practices that became available to the individuals since the introduction of Web 2.0 technologies. Just like regular users use Facebook to post some

photos, videos or texts about their traveling and Holiday events, political activists mediatize their repertoire of political activities with the help of smartphones and wireless Internet connection to introduce it to their social networks. That brings some additional attention of the distant observers to the citizen political act and can mobilize new volunteers or involve new contributors and commentators. Protest movements become more effective in motivating new followers and in promoting alternative political discourse. City dwellers are involved in many social communities with competing political agendas and are active social media users. Through this big cities form special socio-technical environment that supports mediatized political participation.

Key words: *political participation, mediatization, mediatized political participation, ICT, Internet, social media, mobilization.*

РЕЦЕНЗЕНТИ: Булик М.В., к.політ.н, проф.; Зеленько Г.І., д.політ.н, проф.

УДК 329(564.3)(045)

Ю.Ф. Ясірова

ПРОГРАМНІ ЗАСАДИ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ РЕСПУБЛІКИ КІПР З КІПРСЬКОЇ ПРОБЛЕМИ В КОНТЕКСТІ ПРОЦЕСУ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У статті проаналізовано програмні засади політичних партій Республіки Кіпр з кіпрської проблеми в контексті процесів євроінтеграції. Проаналізовано відмінності в політичних програмах партій до і після вступу Кіпру в ЄС. Окрема увага приділяється позиціям щодо плану Аннана та питання форми держави об'єданого Кіпру.

Ключові слова: *Республіка Кіпр, кіпрська проблема, політичні партії, Європейський союз.*

Кіпрська проблема є складною міжнародною проблемою, яка полягає в територіальному конфлікті між греками-кіпріотами та турками-кіпріотами. Потенціал міжобщинного конфлікту на Кіпрі був закладений ще в період володарювання Османської імперії і виникнення окремих спільнот на острові. Загострення конфлікту відбулося в 1974 р., коли у відповідь на дії грецької хунти, яка здійснила переворот з метою поширити свою диктатуру на Кіпр, Туреччина вторглася на північну частину острова. Після 1974 р. Кіпр був поділений на дві окремі зони. На півночі спільнота турок-кіпріотів в 1983 р. проголосила Турецьку Республіку Північного Кіпру. Міжнародна громадськість, окрім Туреччини, засудила та не визнала цю односторонню декларацію незалежності. На півдні греки-кіпріоти зберегли назву Республіка Кіпр. Розділ острова призвів до затягування конфлікту з одночасною еволюцією двох різних економічних, політичних і соціальних систем та державних устроїв [26, с. 79; 81].

Отже, якщо первинні причини конфлікту сягають своїм корінням в десятиліття, які передують 1974 р., то сам конфлікт ускладнювався розділяючими факторами, які виникли в останні роки. Для кіпріотів проблема визначається не тільки необхідністю визволення північної частини острова від турецького військового контингенту, воз'єднання острова. Це питання включає і проблему біженців, відновлення культурної спадщини, повернення до своїх домівок і т.д. Тому її вирішенням на державному рівні займаються і Президент, і спеціально створена Національна Рада і Парламент [3].