

6. Касьянов Г. В. Историческая политика и “мемориальные” законы в Украине: начало XXI в. *Историческая Экспертиза*. 2016. № 2. С. 28–57.
7. Миколаївська міська рада. Петиції. URL: <https://petition.mkrada.gov.ua/petitions/>
8. Мотиль О. Декомунізація України. Критика. 2015, квітень. URL: <https://krytyka.com/ua/articles/dekomunizatsiya-ukrayiny> (дата звернення: 01.10.2017).
9. Набок С. Борці за незалежність України: визнання символічне? *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2015. № 4 (78). С. 118–128.
10. Петиції до Житомирської міської ради. URL: <http://petitions.zt-rada.gov.ua/#4/1/20> (дата звернення: 01.10.2017).
11. Петиція. Офіційний сайт Полтавської міської ради та виконавчого комітету. URL: <http://www.rada-poltava.gov.ua/petition/> (дата звернення: 01.10.2017).
12. Подати петицію. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету. URL: <http://petition.city.kharkov.ua/uk/> (дата звернення: 01.10.2017).
13. Про внесення змін до Закону України “Про звернення громадян” щодо електронного звернення та електронної петиції: Закон України від 02.07.2015 р. № 577-VII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 35. Ст. 341.
14. Про вшанування Героїв України та інформування громадян України про подвиги українських військових: Постанова Верховної Ради України від 21.02.2017 р. № 1857-VIII. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1857-viii> (дата звернення: 01.10.2017).
15. Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки: Закон України від 09.04.2015 р. № 317-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 26. Ст. 219.
16. Про затвердження плану заходів з відзначення 100-річчя подій Української революції 1917–1921 рр. та вшанування пам’яті її учасників на період до 2021 р.: розпорядження Кабінету Міністрів України від 26.10.2016 р. № 777-р. URL: <http://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 01.10.2017).
17. Про заходи з відзначення 100-річчя подій Української революції 1917–1921 рр.: Указ Президента України від 22.01.2016 р. № 17/2016. *Офіційний вісник Президента України*. 2016. № 5. С. 12. Ст. 91.
18. Про заходи з увічнення пам’яті захисників України на період до 2020 р.: розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.09.2015 р. № 998-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua> (дата звернення: 01.10.2017).
19. Про правовий статус та вшанування пам’яті борців за незалежність України у XX ст.: Закон України від 09.04.2015 р. № 314-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 25. Ст. 190.
20. Семенченко А. І., Жилияев І. Б., Власюк Т. О. Сучасні проблеми підвищення рівня професійної компетентності публічних службовців України щодо технологій електронного урядування. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 1 (38). С. 31–42.

*Надійшла до редколегії 20.10.2017 р.*

УДК 342.84:316.77](477)(043.3)

## **ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИБОРЧОГО ПРОЦЕСУ**

**Михайлов М. О.,**

*аспірант кафедри парламентаризму та політичного менеджменту,  
Національна академія державного управління при Президентові України,  
м. Київ*

Розглянуто особливості джерельної бази інформаційно-комунікаційного забезпечення виборчого процесу, визначено типи та види джерел. Розкрито роль джерельної бази в дослідженні механізмів інформаційно-комунікаційного забезпечення виборчого процесу в Україні.

**Ключові слова:** інформаційно-комунікаційне забезпечення, виборчий процес, джерельна база, типи, види джерел.

© Михайлов М. О., 2017

## KEY SOURCES OF RESEARCH OF MECHANISMS OF INFORMATION AND COMMUNICATION PROTECTION OF THE SELECTION PROCESS

The author of the article investigates the features of key sources of information and communication support of the electoral process, carrying out the classification, defining the types and types of sources. Using the achievements of domestic and foreign scholars in this area of activity, the author reveals the role of sources in the study of the mechanisms of information and communication support of the electoral process in Ukraine.

**Key words:** information and communication support, election process, key base, types, types of sources.

**Постановка проблеми.** “Широке дослідження виборчого процесу та відповідно його інформаційного ресурсу стало можливим з початку ХХ ст., коли вибори перетворились на дієвий механізм артикуляції, агрегації і представництва інтересів громадян і стали невід’ємною складовою формування демократичних політичних режимів” – зазначає Б. В. Станкевич [20]. На його думку, інформація як ресурс та джерела її тиражування є невід’ємними складовими кожної виборчої кампанії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналізуючи питання теоретичного опрацювання вказаної проблеми, варто послатися на праці таких представників зарубіжної науки, як Ф. Гоулд, А. Ковлер, С. Лісовський, А. Лукашов, Є. Малкін, А. Поніделко, Д. Стокме, Є. Сучков, Т. Уайт та ін.

Дослідження феномену виборчого процесу є прикладом різноманітних підходів та поглядів, які склалися в світовій науці, основними серед яких є соціологічний (П. Лазарсфельд), комунікативний (Г. Лассуел, Дж. Клаппер, С. Ленарт, соціально-психологічний (А. Кемпбелл), раціонально-інструментальний (Е. Доунс, М. Фіоріна, маркетинговий (Й. Шумпетер, П. Бурдье). Кожна із зазначених теоретичних моделей зосереджує свою увагу на конкретній системі детермінант електоральних уподобань громадян, зокрема: належність до соціальної групи зв’язку зі ЗМІ та міжособистісному спілкуванні (комунікативна), партійна ідентифікація (соціально-психологічна), раціональна поведінка індивіда (раціонально-інструментальна), маніпулятивні теорії електоральної поведінки (маркетингова).

**Мета статті** полягає в дослідженні особливості джерельної бази інформаційно-комунікаційного забезпечення виборчого процесу.

**Виклад основного матеріалу.** Характеризуючи наукове висвітлення тематики виборчих кампаній, необхідно, передусім, розглянути джерельну базу дослідження. Її становлять документи та матеріали, які чітко систематизовані в п’ять груп за певними ознаками.

*Першу групу джерел* становлять офіційні законодавчі документи, що визначають правові основи виборчих процесів в Україні та регулюють порядок діяльності суб’єктів виборчого процесу, регламентують структуру виборчих органів. Сюди, насамперед, належать: Конституція України, закони України, що регулюють та визначають виборчий процес.

*До другої групи джерел* належать статистичні дані, результати соціологічних досліджень та експертних опитувань, які проводилися напередодні чи під час досліджуваних виборчих кампаній. До цієї групи джерел ми зараховуємо також спостереження автора та усну інформацію, отриману ним від людей, які професійно займаються виборами.

*Третю групу джерел* утворюють друковані, візуальні, аудіо- та аудіовізуальні рекламні матеріали політичних партій та кандидатів на пост Президента України. Особливе значення в цьому контексті мають партійні друковані видання (газети, вісники, бюлетені), цінність яких – у висвітленні виборчих позицій кандидатів (партій чи блоків партій), а також у подачі оперативної інформації з конкретної області чи регіону.

*До четвертої групи джерел* належить українська періодика, що характеризуються високим рівнем аналітичності подачі матеріалу. До цієї ж групи джерел належать матеріали регіональної періодичної преси.

*Останню, проте не менш важливу групу* використаних нами джерел, становлять інтернет-ресурси. Передусім, це інформаційні матеріали, розміщені на веб-сторінках Президента України (<http://www.president.gov.ua>), Верховної Ради України (<http://www.rada.gov.ua>), Центральної виборчої комісії (<http://www.cvk.gov.ua>). Використовуються веб-портали навчальних закладів, наукових установ, бібліотек: Національної бібліотеки ім. В. Вернадського (<http://www.nbuv.gov.ua>), Національного інституту стратегічних досліджень (<http://www.niss.gov.ua>), а також Інтернет-ресурси аналітичних організацій та мережевих ЗМІ: Українського центру економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова (<http://www.uceps.com.ua>), Комітету виборців України (<http://www.cvu.kiev.ua>), Інституту виборчого права (<http://www.eli.org.ua>), Агентства моделювання ситуацій (<http://www.agency.org.ua>), Київського центру політичних досліджень і конфліктології (<http://www.analitik.org.ua>), Інтернет-видання “Українська правда” (<http://www.pravda.com.ua>), УНІАН (<http://www.unian.net>) тощо.

Аналізуючи проблематику виборчих процесів в державному управлінні, пропонуємо класифікувати наявні теоретико-прикладні розробки за типом видання: дисертації, монографічні дослідження, посібники, збірники наукових статей.

Зазначимо, що з проблематики виборчих процесів в Україні наявні дисертації Л. Кочубей [11], О. Хромець, Є. Юрченко. Натомість основна увага науковців приділяється дослідженню політичних технологій, а в їхньому спектрі частково розглядаються питання інформаційно-комунікаційного забезпечення виборчого процесу. Проте останні наводяться тільки як приклади без детального аналізу. Зокрема, відзначимо кандидатські дисертації Д. Наріжного, Н. Лікарчук, К. Луценко, В. Коляденка, Т. Джиги [9], Н. Барни, С. Денисюк, які є дотичними до проблематики виборчого процесу.

Серед дисертаційних праць, присвячених регіональним аспектам виборчих процесів, варті уваги дослідження М. Гуйтора [8], Т. Мадриги [14], В. Маркітантова, В. Семенова, В. Середи, Т. Татаренко.

Щодо регіональної специфіки виборчих кампаній та виборчих процесів з акцентом на західноукраїнські області слід виокремити кандидатські дисертації М. Гуйтора [8], Т. Мадриги [14], які є найближчими до проблематики стратегії і тактики виборчих процесів на регіональному рівні. Зважаючи на це, розглянемо ці дослідження детальніше.

У дисертації Т. Мадриги “Регіональні виборчі кампанії початку XXI століття (на прикладі західних областей України)” здійснено дослідження регіональних особливостей сучасних виборчих кампаній в Україні на прикладі західних областей України. Методологічною основою роботи є основні теоретичні підходи до аналізу виборчої кампанії та електоральної поведінки [14].

Простежуючи особливості виборчих процесів в Україні з 2002 до 2014 рр., зазначимо, що існує положення про централізований характер проведення

виборчих кампаній в Україні, яке має слабку орієнтацію на соціально-культурні та територіальні особливості, інтереси та можливості регіонів, що унеможливило врахування специфіки та розвитку на етапі вироблення стратегії та реалізації тактики виборчої кампанії.

У дисертаційній роботі М. Гуйтора [8] здійснено комплексне дослідження виборчих технологій через порівняння особливостей їхнього застосування на загальнонаціональному та регіональному рівнях. Визначено структурні елементи виборчих технологій. Проаналізовано історичні та соціокультурні групи факторів, які здійснюють вплив на електоральну поведінку населення Чернівецької та Закарпатської областей. Простежено еволюцію застосування виборчих технологій в Україні на загальнонаціональному та регіональному рівнях (на прикладі Чернівецької та Закарпатської областей) з 1991 до 2007 рр.

Дослідження В. Бебика [3] можна вважати першими фундаментальними працями з питань виборчих процесів в українській науці. У працях цього автора розглядаються питання розробки та загальні вимоги до стратегії виборчого процесу. Виборча стратегія аналізується як система трьох груп елементів (іміджевих, організаційно-політичних та спеціальних), що ґрунтується на світовій практиці. Як практичні приклади використовуються як український (виборчі кампанії 1990–1998 рр.), так і зарубіжний електоральний досвід (США, Велика Британія, Франція, Росія). Аналогічно розглядається і тактична складова виборчого процесу, яку автор пов'язує з практичною (організаційно-агітаційною) сферою виборчого процесу.

У монографії І. Кресіної і Є. Перегуди [13] розглядаються парламентські вибори в Україні, особливо виборчі кампанії 2002 р. Подається як загальна характеристика виборчого процесу, так і аналітика щодо окремих політичних сил, використаних ними виборчих стратегій і тактик, виборчих технологій. Висловлюються деякі прогнози щодо майбутніх виборчих кампаній та особливостей еволюції виборчих технологій.

На основі узагальнення найсучасніших зарубіжних та вітчизняних наукових досліджень у монографії А. Романюка і Ю. Шведи [21] аналізується роль та місце політичних партій у сучасній представницькій демократії, розглядаються підходи щодо визначення політичних партій, їх типологія, виборча функція та виборча стратегія, участь у формуванні основних інститутів політичної системи. У книзі також представлені основні типи виборчих систем та їх політичні наслідки, основні положення теорії партійних коаліцій, специфіка розвитку політичних партій та партійних систем країн Європейського Союзу, Центрально-Східної Європи, України, розглядаються сім'ї політичних партій, механізми формування, права та повноваження цих організацій у світі та в Україні.

У працях А. Романюка і Ю. Шведи присутній фаховий аналіз виборчих процесів як теоретичного (дослідження категорій політичної науки та процесів політичної дійсності), так і прикладного рівня (регіональні виборчі процеси в Західній Україні, особливо на Львівщині) [21].

Значним теоретичним напрацюванням безпосередньо у сфері дослідження виборчих технологій є монографія української дослідниці Л. Кочубей “Виборчі технології: політологічний аналіз (на прикладі виборів до парламенту сучасної України)” і створений на її основі посібник. Авторка розглянула понятійно-категоріальний апарат проблеми, що досліджується, систематизувала наявні підходи до визначення понять та акцентувала увагу на тому, що виборча технологія – це, перш за все, мистецтво. На наш погляд, автор вдало застосувала маркетинговий та менеджментовий підходи до аналізу

виборчих технологій. Ґрунтовністю відзначається історична ретроспектива становлення виборчих технологій у світі та дослідження основних етапів і тенденцій формування та розвитку виборчого законодавства в Україні. Розвиток виборчих технологій в Україні простежено нею за допомогою аналізу виборчих кампаній кандидатів у депутати 1994, 1998 та 2002 рр. Зокрема, досліджувалися такі напрями діяльності кандидатів (виборчих штабів), як піар-діяльність, ЗМІ, політичне лідерство та іміджева політика, політичне рекламування.

Проаналізовані особливості практичного застосування і конституційно-правового регулювання виборчих технологій на окремих стадіях виборчих кампаній в Україні.

Враховуючи стан сучасного правового забезпечення виборчих технологій в Україні, сформульовано пропозиції щодо вдосконалення виборчого законодавства.

Монографія М. Бучина [6] привертає нашу увагу детальною характеристикою особливостей використання ресурсів виборчої кампанії в Україні (на прикладі вітчизняних виборчих кампаній 1991–2007 рр.). Розглядаються різні види виборчих ресурсів, серед яких особливий наголос робиться на адміністративному ресурсі, використання якого в українських виборчих кампаніях стало не тільки “традиційним”, а й невід’ємним, оскільки жоден провладний кандидат (політична сила) не зміг втриматися від використання своїх владних переваг для отримання виборчих дивідендів.

У спільній монографії І. Буркута і М. Колесникова [7] зроблено чіткий акцент на дослідженні еволюції практичного застосування виборчих технологій в кампаніях загальнонаціонального рівня 1998–2009 рр. Автори чітко виділяють регіональний аспект: загалом західноукраїнський регіон, і Чернівецьку область, зокрема.

Доступно викладено основні принципи та підходи до практичного проведення виборчої кампанії. Це видання є своєрідним “порадником” для кандидата, який прагне власними силами організувати виборчу кампанію, у чому і є його основна цінність. Варто відзначити, що посібник є більше публіцистичною працею, оскільки в ньому відсутні будь-які бібліографічні посилання, водночас опубліковані в ньому матеріали значною мірою “запозичені” в інших авторів (В. Бебика, Є. Малкіна, Є. Сучкова).

Серед українських дослідників розгляд виборчих технологій крізь призму психології зробив український фахівець М. Варій [4]. У посібнику розкриваються політико-психологічні аспекти впливу на електорат у ході виборчих кампаній. Дослідник уперше в Україні на науковому рівні розкрив базові й диференційні технології боротьби за голоси виборців. Автором зроблено аналіз сучасних підходів і принципів організації та проведення передвиборчих і виборчих кампаній усіх рівнів в Україні та Росії. Для цього висвітлені найпопулярніші в Росії та Україні літературні джерела з цих питань, звіти, наукові дослідження. Розкрито розуміння стратегії і тактики виборчих кампаній, виборчих технологій, зокрема чистих й брудних PR-технологій, адміністративного ресурсу, а також їх форм, методів і способів. У цій праці розглядається наукове підґрунтя організації та проведення кампаній. Особливу увагу тут приділено розкриттю психіки і психічного, а на цій основі – психології громадянина. Обґрунтовано засади і принципи проведення кампаній. Особливу увагу автор приділив з’ясуванню суті, змісту, а також форм, методів, способів і прийомів психологічного впливу на електорат. Дослідник звернув увагу на психологічні особливості впливу на різні спільноти, зокрема й на юрбу. Як специфічну

виборчу технологію він розглядає психологічну операцію. Недоліком праці, при всіх її позитивних якостях, на наш погляд, є те, що автор основну увагу приділив лише технологіям, які впливають на підсвідомість виборців, причому не розглядав класичні виборчі технології, що не мають на меті психологічної маніпуляції електоратом.

Розробляє вказану проблематику в Україні Г. Почепцов [16]. У роботі “Як стають президентами. Виборчі технології ХХ століття” він розглядає тактику та стратегію виборчої компанії в різних країнах, і в цих рамках описує окремі технології, що були застосовані. Тут узагальнено досвід успішних кампаній як на Заході, так і в країнах СНД. Проте в праці повністю відсутня теоретична частина, вся робота побудована на прикладах без належного наукового обґрунтування. Доповнює роботу збірка перекладів фрагментів із праць найвідоміших західних спеціалістів із згаданої тематики. Г. Почепцов в основному звертає увагу на фактори формування іміджу. У своїх книгах цей автор приділяє увагу такому аспекту виборчих технологій, як розробка, формування і становлення іміджу політика. У працях вченого в основному розглядається вузький аспект виборчих технологій і практично відсутня теоретична база [16].

Щодо регіонального рівня, то зазначимо, що питання застосування виборчих технологій у західних областях України під час виборчих кампаній практично не розглядається в науковій літературі. Ми можемо виділити збірники наукових статей, які періодично видаються кафедрою політології та державного управління Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Чернівецьким регіональним центром перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади і місцевого самоврядування спільно з кафедрою політології та державного управління ЧНУ імені Юрія Федьковича, Ужгородським національним університетом, Львівським національним університетом ім. І. Франка. У них містяться аналітичні статті щодо особливостей відповідних областей, пов'язаних з історичними чинниками, політичних орієнтацій населення регіонів, аналізується хід і результати виборів в областях тощо.

Актуальні проблеми регіонального політичного процесу, міжетнічних відносин та окремі аспекти формування поліетнічності Чернівецької області досліджує вже згаданий нами політолог І. Буркут [4], окрім цього, дослідник вивчає виборчі кампанії на теренах СНД. У Закарпатській області досліджує регіональні особливості виборчих кампаній та прогнозує результати виборів науковець Ю. Остапєць. Він постійно простежує та аналізує політичні групи впливу Закарпатської області, розглядає функціонування політичних партій та формування нових об'єднань як політичних, так і громадських. Вивчають політичні процеси цієї області і Р. Офіцинський, і М. Токар, та А. Ключкович. У рамках таких досліджень можна побачити окремі особливості впливу виборчих технологій на поведінку населення, з одного боку, а з другого, – проаналізувати внутрішні організаційні технології виборчих кампаній, які застосовуються на Закарпатті.

За концепцією вітчизняних дослідників, система способів проведення передвиборної кампанії включає такі стратегії: стратегію одурманення населення; стратегію очорнення конкурентів в очах виборців; стратегію введення конкурентів в оману щодо своїх намірів; стратегію обману конкурентів щодо планів інших конкурентів; стратегію протидії впливу конкурентів. Ця система також включає підсистеми керування передвиборною кампанією та її всебічним забезпеченням [4; 6; 10; 16; 19; 20; 21].

Науковці вказують на те, що стратегія передвиборної кампанії і приватні стратегії охоплюють весь період передвиборної боротьби, з погляду “чорного PR” стратегія відносин з електоратом полягає у випередженні дій конкурентів з очорнення вашої кандидатури. З цією метою у складі штабу передвиборної кампанії має бути аналітичний орган розвідки і прогнозування підступних дій конкурентів щодо вашого кандидата. У випадку підготовки компрометуючої акції проти вас з боку конкурентів доцільно випередити такі дії, необхідно піднести компромат на себе самого, але, зрозуміло, у вигідному для себе світлі, що зведе компромат проти вас до нуля [4; 6; 10; 16; 19; 20].

У наукових працях В. І. Співака висвітлюються теоретичні й практичні проблеми правової культури учасників виборчого процесу як засобу забезпечення реалізації виборчих прав громадян України. Автором запропоновані власні визначення понять виборчого процесу, виборчих документів, правової культури учасників виборчого процесу. Визначені основні фактори розвитку правової культури учасників виборчого процесу [19].

Розглядаючи питання ефективності використання західних виборчих технологій в українській виборчій практиці, слід відзначити, що вони не співпадають з політичною специфікою електорального простору України, оскільки “споконвічно побудовані на боротьбі двох кандидатів (партій)”. В Україні традиційно домінує “швидше не партійна належність”, а типовий набір кліше кандидатів: “лівий”; “правий”; “міцний господарник”, “східняк”, “бандерівець”, “без певної політичної позиції”; “борець за правду” проти “нечесної” влади, “опозиціонер” та ін. [22].

На нашу думку, в ході реалізації виборчого процесу необхідно поєднати в одну систему не тільки всі електоральні проблеми, але й усі політичні взаємовідносини та особисті ресурси. Виборча кампанія вже не може бути виграна тільки за рахунок впровадження якої-небудь однієї політично-психологічної технології. Для цього необхідний цілий комплекс цілеспрямованих заходів, орієнтованих на різні верстви населення і соціальні групи.

Інтерпретацією, яка об’єднує у своєму розумінні практично всі вище зазначені тлумачення поняття “виборча кампанія” є та, яку вмістив Ю. Шведа у своєму енциклопедичному словнику: “Виборча кампанія – офіційно оголошений період доцільно організованої, методично грамотної побудованої і змістовно насиченої діяльності кандидата в депутати, політичної партії, спрямованої на виконання масового психологічного впливу на електорат з метою усвідомленого і неусвідомленого їх спонукання до віддачі голосів за вказаного кандидата (партію)” [22].

Метою виборчої кампанії є перемога на виборах, яка досягається за наявності підтримки певного кандидата чи політичної сили зі сторони електорату.

**Висновки.** Аналіз наукових джерел з проблематики роботи дозволяє стверджувати, що різноманітні аспекти виборчих процесів знайшли віддзеркалення в роботах українських і зарубіжних авторів. Всі дії, що здійснюються під час виборчих процесів спрямовані на те, щоб завоювати максимальну кількість голосів, а отже, здобути перемогу на виборах і привести конкретного кандидата чи політичну силу до влади.

Однак на сьогодні відсутні теоретико-прикладні дослідження у сфері державного управління, які б розкривали правову регламентацію використання інформаційно-комунікаційних технологій у відносинах влади та громадськості, роль соціальних мереж в інформаційно-комунікаційному

забезпеченні виборчого процесу, вплив організаційного, політико-правового та ресурсного механізмів на прозорість виборчого процесу в контексті використання зарубіжного досвіду країн розвиненої демократії.

**Список використаних джерел:**

1. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / за ред. О. М. Бандурки. Харків: УВС, 2000. 368 с.
2. Афанасьев В. Г. Социальная информация / под ред. Л. Ф. Пирожкова. Москва: Гран, 1994. 164 с.
3. Бебик В. М., Басалюков В. В., Бебик В. М. та ін. Менеджмент прес-служб в державних організаціях. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: монографія / за заг. ред. В. М. Бебика, С. В. Куніцина. Київ, Сімферополь: МАУП, 2003. С. 101–113.
4. Буркут І. Г., Колесников О. В. Виборчі технології: регіональний досвід. Чернівці: Вид. дім "Букрек", 2009. 240 с.
5. Бурдяк В. І. Стратегія політичних партій у виборах 2006 року в Чернівецькій області. Формування органів влади як результат виборчого процесу 2006: матеріали міжрегіон. наук.-практ. конф., Львів, 17 черв. 2006 р. / укл. А. Романюк, Л. Скочиляс. Львів: ЦПД ЛНУ і м. І. Франка, 2006. С. 90–97.
6. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія. Львів, 2014.
7. Варій М. Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології. Київ, 2013.
8. Гуйтор М. М. Регіональні особливості застосування виборчих технологій в Україні (на прикладі Чернівецької та Закарпатської областей): автореф. дис. ... канд. політ. наук. Чернівці, 2008. 20 с.
9. Джига Т. В. Методи та технології впливу політичної реклами (на прикладі передвиборної кампанії): автореф. дис. ... канд. політ. наук. Київ, 2003. 21 с.
10. Заславська О. О. Засоби масової інформації як інструмент моделювання політичної свідомості у виборчій кампанії (на матеріалах президентських і парламентських виборів 2004–2006 рр.): автореф. дис. ... канд. політ. наук. Київ, 2008. 19 с.
11. Королько В. Г. Передвиборча комунікаційно-агітаційна кампанія: політичний феномен, структура, функції. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2002. № 1. С. 80–100.
12. Кочубей Л. О. Виборчі технології: політологічний аналіз на прикладі виборів до парламенту сучасної України: монографія. Київ: Юрид. думка, 2006. 280 с.
13. Кресіна І. О., Перегуда Є. В. Парламенські вибори в Україні: правові і політичні проблеми. Київ: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2003. 366 с.
14. Мадрига Т. В. Регіональні виборчі кампанії початку XXI століття (на прикладі західних областей України): автореф. дис. ... канд. політ. наук. Львів, 2012. 21 с.
15. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. Москва: Русская панорама, 2002. 464 с.
16. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 327 с.
17. Про схвалення Концепції розвитку системи електронних послуг в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.11.2016 р. № 918-р. Офіційний вісник України. 2016. № 99. Ст. 3234.
18. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки: Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V. Відомості Верховної Ради України. 2007. № 12. Ст. 102.
19. Співак В. І. Правова культура виборів в Україні: теорія і практика / Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. Київ: Юрид. думка, 2006. 156 с.
20. Станкевич Б. В. Політико-правові аспекти виборчих технологій та особливості їхнього використання в Україні. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. 2009. Вип. 21. С. 161–167.
21. Романюк А., Шведа Ю. Партії та електоральна політика. Львів: ЦПД "Астролябія", 2005. 348 с.
22. Шведа Ю. Р. Теорія політичних партій і партійних систем. URL: <http://politzone.in.ua/index.php?id=236> (дата звернення: 01.10.2017).

*Надійшла до редколегії 20.10.2017 р.*