

Михайло Дем'яненко,

канд. політ. наук, наук. співроб.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Київ, Україна

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ ЯК СКЛАДОВА МЕДІАТИЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ: СОЦІОКОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

Стаття присвячена дослідженню медіатизації політики як інформаційно-стратегічного ресурсу з метою адаптації суб'єктів політичного процесу до сучасного інформаційно-комунікативного середовища. Проаналізовано відмінності в поширенні інформації через традиційні та нові форми масових комунікацій. Виокремлено особливості використання інтернет-комунікацій як складової медіатизації політичного процесу, розкрито їхню сутність, якісні характеристики, а також тенденції впливу на політичне життя суспільства.

Ключові слова: медіатизація політики; інтернет-комунікації; інтернет-технології; засоби масової інформації (ЗМІ), засоби масової комунікації (ЗМК), політичний процес, суб'єкти політики.

Процес медіатизації політики нерозривно пов'язаний із сучасними тенденціями розвитку інформаційно-комунікативного середовища. Залучення інтернет-комунікацій як ефективного засобу обміну інформацією є об'єктивним і закономірним елементом політичного процесу та відіграє важливу роль у політичному житті суспільства.

Актуальність дослідження інтернет-комунікацій у сфері медіатизації політики обумовлена зростанням впливу медіа на політичні процеси, забезпеченням широкого доступу до політичної інформації, а також участю представників громадянського суспільства в прийнятті управлінських рішень, що забезпечує нову якість політики під впливом засобів масової комунікації за посередництвом мережі Інтернет.

Дослідженню процесу медіатизації та використанню інтернет-комунікацій у політиці присвячено праці як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Проблема медіатизації політики та виокремлення основних функцій мас-медіа в сучасному суспільстві стали об'єктом наукових пошуків В. Блінцової [3]. У своїй роботі авторка з'ясувала, що мас-медіа не тільки передають інформацію, за їхньої безпосередньої участі створю-

ється цілісна система інтерпретації політичної реальності. Медіатизацію як важливий ресурс сучасного політичного процесу, що направлений на адаптацію політичних суб'єктів до нових форм масових комунікацій, дослідила Є. Федорова [12]. Розвідку інноваційних медіа-технологій у системі політичних комунікацій, що визначає нові напрями діяльності політичних суб'єктів медіатизації здійснив, В. Недбай [11]. Політичну взаємодію як комунікативний процес та медіатизацію як її складову у своїй науковій роботі досліджував Д. Яковлев. [14]. С. Михальчук [10] присвятила своє дослідження інноваційному характеру впливу інтернет-комунікацій на політичні процеси сучасності. Авторка акцентує на тому, що політичні інтернет-комунікації постають інноваційним фактором впливу на сучасні політичні процеси, а їхню інноваційність вона вбачає в новій комбінації політичних комунікацій, що робить їх якісно відмінними від уже існуючих традиційних форм. Використання сучасних мережевих каналів у політиці, зокрема в діяльності політичних партій, досліджувала Н. Вахрамєєва [4]. У своїй роботі вона доходить висновку, що інтернет-технології надають сучасній політичній сфері нові можливості, які здатні змінювати звичні механізми функціонування різних політичних сил. Інтернет-комунікацію як соціальну взаємодію суб'єктів, що здійснюється вербальними і невербальними засобами в мережі Інтернет, розглядає А. Краснякова [9]. Спілкування суб'єктів української політики з виборцями в соціальних мережах аналізує Я. Ярош [15]. Автор підсумовує, що на сучасному етапі українські політичні партії використовують комунікацію з виборцями через соціальні мережі з метою впливу на масову свідомість та формування громадської думки. Дослідження сучасних інформаційно-комунікативних технологій у соціально політичному житті суспільства здійснив М. Закіров [6]. Науковець зазначає, що якісні характеристики нових методів і засобів політичної комунікації говорять про інформаційно-комунікативну революцію, що відбувається в політичній сфері, ключовою ознакою якої є перетворення неполітичних акторів соціокультурного процесу в суб'єктів політики. Проте це далеко не повний перелік як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, які у своїх працях досліджували окремі аспекти медіатизації політики, інтернет-комунікацій у політиці. Зокрема, цій тематиці присвячено праці таких науковців, як Г. Лассвелл, П. Лазарсфельд, С. Хантінгтон, М. Багмет, В. Бортніков, Г. Акопов, Г. Почепцов, В. Полтораєв, Л. Кочубей, О. Соловійов, С. Гаврилюк, М. Ожеван та ін.

Як бачимо, наведений аналіз свідчить про значну зацікавленість наукової спільноти дослідженням процесу медіатизації політики, інтер-

нет-комунікаціями та інтернет-технологіями в політиці. Водночас стрімкий розвиток інформаційного середовища спричиняє потребу постійного аналізу цієї проблематики, зокрема дослідження еволюції інтернет-комунікацій, особливостей їх практичного застосування та впливу на соціально-політичні процеси.

Процес політичної медіатизації є наслідком інтенсивного розвитку інформаційного суспільства та зростання ролі мас-медіа як невід'ємної складової інформаційно-комунікативної системи політичного процесу. ЗМК виступають у ролі комунікатора між суб'єктами політики та громадянським суспільством, а протягом кількох останніх десятиліть у всьому світі відбувається зростання ролі мас-медіа в політиці.

Визначаючи роль засобів масової інформації у глобалізованому суспільстві, Є. Дмитрієв наводить таке визначення медіатизації політики – «процес, при якому політичне життя переміщується в символічний простір ЗМІ» [5]. Також у цій роботі вважаємо за доцільне використати визначення поняття інтернет-комунікації, запропоноване А. Красняковою, а саме як соціальну взаємодію суб'єктів, що здійснюється вербальними і невербальними засобами в мережі Інтернет для творення й підтримки нових соціальних зв'язків [9].

Активізація процесу медіатизації у політиці відбувається наприкінці ХХ ст., тоді ЗМІ починають активно використовуватися суб'єктами політики для здійснення ефективного впливу на політичні процеси, зокрема у виборчій боротьбі. Вже тоді, як зазначає В. Блінцова, мас-медіа не тільки передають інформацію, а безпосередньо беруть участь у створенні цілісної системи інтерпретації політичної реальності.

Взаємодію політичного та медійного середовища доцільно розглядати в рамках «чотирьох теорій мас-медіа». Згідно з моделлю, яку запропонувала В. Блінцова, система медіа може бути авторитарною, патерналістською, комерційною і демократичною. Авторитарною є така система, в якій основним завданням комунікації є передача інструкцій, ідей та підходів правлячої групи. Патерналістська система – це авторитарна модель, проте в правлячої групи зберігається відповідальність перед суспільством. Комерційна система відрізняється від авторитарної чи патерналістської більшим ступенем внутрішньої свободи – можна говорити все що завгодно за умови отримання прибутку. Демократична теорія наголошує, що завданням мас-медіа – описувати картину реальності, завдяки якій у людей з'являється можливість приймати свідомі рішення. За таких умов політична функція ЗМІ полягає в адекватній вимогам аудиторії (інформаційним, політичним, інтелектуальним

та естетичним) інтерпретації політичної реальності, при цьому зберігається їхня класична функція, що полягає в знаходженні та поширенні суспільно важливої політичної інформації, а також у виконанні функції критики та контролю [3].

Кожна з чотирьох теорій характеризує медіатизацію політики як поглиблення залежності та взаємозалежності політичного процесу й медійного середовища, функціонування якого останнім часом все більше характеризується інтенсифікацією інформаційно-комунікативної взаємодії та появою її нових форм. Д. Яковлев [14] виділяє три групи факторів які сприяли появі нових форм масових комунікацій у політичній сфері: диверсифікація джерел інформування; збільшення акторів політичної взаємодії; удосконалення технічного спорядження влади і громадян.

Сьогодні процес медіатизації у країнах Європи та Україні, зокрема, демонструє цілком допустимий ступінь взаємодії політики та ЗМІ. На думку М. Безсонова, медійні та політичні системи взаємодіють у манері, яка запобігає надмірно негативному впливу одних на інші. Існування, безсумнівно, потужних мас-медіа збалансовано за допомогою не менш потужних і впливових політичних партій та інших політичних інститутів [1].

Зауважимо, що процес медіатизації політики, в тому числі з використанням нових форм комунікації, є об'єктивним та незворотним. Окремі дослідники звертають увагу на його позитивні та негативні характеристики.

До позитивних відносять: загальний доступ широких мас до політичної інформації. Будь-яке повідомлення щодо політичних процесів, які відбуваються в країні, доступне в мас-медіа. Будь-який індивід має право провести повний аналіз схожих реформ та вивчити досвід політичних змін в інших країнах і сформуванню особисту думку, що дає йому можливість взяти активну участь в політичному процесі. Медіатизація політики дуже тісно пов'язана з поняттям глобалізації, яка дає змогу бути в курсі політичних подій на світовій арені, а також відстежувати важливі політичні події, що відбуваються за кордоном, в тому числі й ті, що потенційно можуть впливати на процеси, які відбуваються всередині країни.

До негативних сторін медіатизації політичної сфери відносять, по-перше: ЗМІ оприлюднюють здебільшого той контент, що має значний резонанс, залишаючи за собою право визначати які події вважати важливими. Часто може поширюватися інформація, яка вигідна тим чи іншим особам, а отже, в цільовій аудиторії формується штучно сконструйована реальність. По-друге, образи різних політичних діячів формуються

у свідомості населення під впливом інформаційно-комунікативних каналів, а оцінка їхньої діяльності та політичної програми може набувати характеру нав'язаної. По-третє, ЗМІ можуть висвітлювати події й образи політиків так, як вважають за потрібне, а будь-яка вирвана з контексту фраза може інтерпретуватися так, що її зміст не відповідатиме дійсності. Тобто, ЗМІ здатні сформувати будь-який образ і представити будь-яку подію у вигідному для себе світлі, що порушує сприйняття реальності в соціумі [12].

Крім того, слід зазначити, що поряд з медіатизацією політики відбувається паралельний процес – політизація медіа. Для окремих соціально-політичних суб'єктів володіння впливовими медійними ресурсами стало одним з головних засобів відстоювання власних інтересів (зокрема, у політиці та бізнесі) і впливу на масову свідомість.

Аналіз вітчизняного інформаційного простору та політичного процесу дає підстави зробити висновок про те, що майже всі впливові фінансово-промислові та політичні групи просували свої політичні та економічні інтереси шляхом впливу на смисловий простір ЗМІ, беручи участь у формуванні великих медіа-холдингів. Цей процес відбувається в усьому світі, але в Україні він носить гранично виразний і своєрідний характер [8, с. 115].

Водночас характерною рисою процесу медіатизації, що спостерігається в більшості країн світу, є активна диверсифікація контенту – всі сучасні медіа дедалі більше зміщуються в Інтернет, відбувається оптимізація телевізійного продукту, переходячи у формат IPTV, Smart TV. Еволюція комунікативного процесу, у тому числі і в політичній сфері, спричинила необхідність залучення інноваційних практик, а саме використання віртуального простору в процесі обміну політичною інформацією, оскільки традиційні форми політичного контактування вже не спроможні повною мірою відповідати сучасним вимогам.

Це пов'язано з тим, що традиційна комунікація як процес взаємодії між людьми, що реалізується в межах класичної лінійної моделі комунікативного акта Г. Лассвелла («комунікатор → звернення → носій звернення → одержувач → зворотний зв'язок») має певний недолік, а саме неврахування інтерактивності учасників спілкування, тобто здатності кожного з них у процесі комунікативного акту оперативно мінятися місцями.

Як зауважує О. Широких, раніше традиціоналістський підхід до надсилання політичних повідомлень мав структуру лінійної моделі Г. Лассвелла, хоча і досить спрощену, яка відображає характерну особливість ранніх моделей комунікації (комунікатор завжди намагається

вплинути на реципієнта). Унаслідок цього комунікація повинна трактуватися як процес переконання, що орієнтує зазначену модель на застосування, насамперед, у галузі аналізу політичної пропаганди [13].

За сучасних умов спостерігається тенденція, коли лінійна модель комунікації (традиційні ЗМІ) зараз все більше замінюється інтерактивною (Інтернет), яка передбачає актуалізацію активності учасників спілкування. Тобто постає необхідність зворотного зв'язку, що дає змогу учасникам такого контактування бути одночасно як джерелом інформації, так і її приймачем. Тому під зворотним зв'язком у лінійній моделі мається на увазі зворотна реакція на прочитане чи сказане. В інтерактивній моделі цей термін позначає процес обміну інформацією. Поширенню такої інтерактивної моделі сприяв стрімкий розвиток інформаційного суспільства та новітніх форм комунікації, зокрема і за посередництва мережі Інтернет.

Сьогодні веб-технології дають можливість перенести значну частину політичного життя до мережевого простору. За сприяння Всесвітнього павутиння підвищилася і можливість суб'єктів брати активну участь у політичному житті. Разом із цим впровадження інтернет-комунікацій та інтернет-технологій, завдяки яким вони реалізуються суб'єктами політичної діяльності, мало свої особливості. Так, Н. Вахрамєєва зауважує, що проникнення інтернет-технологій у сферу політики – достатньо складний та суперечливий процес, який можна умовно поділити на два етапи: інформаційний, сутність якого полягає в проникненні в мережу політичної інформації (в основному сайти політичних партій, громадських організацій, окремих політичних лідерів, сайти газет і журналів, електронні видання аналітичних та дослідницьких організацій); етап медіатизації політики, пов'язаний зі спробою використання інтернет-простору в якості інструменту політичного спілкування та політичних технологій [4].

Ефективність сучасних веб-комунікацій полягає в їхніх перевагах щодо існуючих традиційних форм. Передача повідомлень та політичних смислів здійснюється через різноманітні каналів, представлених у мережі Інтернет, який об'єднує візуальні, звукові, друковані та відеоаспекти традиційних ЗМІ. Це дає змогу політичним інтернет-комунікаціям бути інтерактивними, пропонуючи можливість зворотного зв'язку. Як зазначає С. Михальчук, саме діалог, а не монолог, який характерний для традиційних медіа, і є основною ознакою інноваційності політичних інтернет-комунікацій [10].

Переваги мережі Інтернет як інструменту політичного контактування обумовлені базовими характеристиками віртуального простору:

оперативність; гіпертекстуальність; мультимедійність; інтерактивність; необмежений обсяг; тривалий термін зберігання; постійна актуалізація; можливість тематичного моніторингу інформації; глобальність; відсутність просторових та часових меж; порівняльна анонімність користувачів інтернет-простору; зниження витрат на отримання інформації.

Використання мережевих засобів і каналів у політичному процесі дає змогу його суб'єктам виконувати такі завдання: інформування цільової аудиторії щодо своєї політичної ідеології; проведення агітаційно-пропагандистської роботи; формування іміджу політика чи політичної партії; визначення та закріплення своєї позиції у політичному житті країни; дослідження реакції аудиторії на конкретне політичне рішення чи дію тощо. Інтернет-технології завдяки одночасному залученню великої аудиторії поступово збільшують коло людей, що мають змогу брати участь у формуванні та ухваленні політично значущих рішень.

Переваги віртуальних медіа в політичному просторі в порівнянні з іншими видами комунікативної взаємодії очевидні. Зокрема, А. Краснякова виокремлює такі: можливість взаємоопосередкованої взаємодії будь-якого учасника комунікації з політиками, членами уряду, державними діячами, лідерами громадських і політичних організацій через сторінки в соціальних мережах, блоги, чати, електронну пошту, скайп тощо; часопросторова дифузність комунікації в інтернет-просторі – взаємодія не прив'язана до часу і місцеперебування комунікантів; тенденція до конвергенції, яка виявляється в толерантному ставленні до політичної невизначеності іншого суб'єкта взаємодії та пошуку компромісів щодо прийняття його точки зору; відсутність соціальної і вікової диференціації користувачів – авторитет користувача, у тому числі й політика будь-якого віку, підтримується не його соціальним статусом, а рівнем його інтелекту, комп'ютерної компетентності та активності [9].

Такі переваги стали причиною широкого використання веб-технологій для здійснення комунікативної взаємодії майже всіма учасниками політичного процесу. Особливої популярності вони набувають під час виборчих кампаній. І як показала практика, окремі політики та політичні сили завдяки своїй активності в інтернет-просторі зуміли досягти бажаного результату.

Останнім часом у політичній сфері все популярнішими стають такі форми взаємообміну інформацією та відносин як соціальні мережі, якими починають активно користуватися учасники політичного процесу. Це свідчить про високий запит на нові способи контактування, а саме між політичними партіями та виборцями. Спілкуванню між зазначеними

суб'єктами сприяють електоральні цикли, які активізують політичне структурування [15].

Яскравим прикладом успішного практичного використання інтернет-технологій та й загалом їхню важливість під час виборчого процесу продемонструвала президентська кампанія в США 2008 р. Тоді за головне крісло країни боролися кандидат від Демократичної партії Б. Обама і від Республіканської – Дж. МакКейн.

Аналізуючи цю кампанію, політолог В. Кедик зауважив, що доля найвлівовішої посади у світі, фактично вперше в історії Сполучених Штатів, залежала від активності кандидатів у Всесвітній мережі. Офіційний передвиборний сайт Б. Обами був створений одним з авторів Facebook. Сайт містив посилання на профілі кандидата в популярних серед американців соціальних мережах Facebook, Flickr, LinkedIn, MySpace, Twitter, а також на ряд інших ресурсів, які могли б дати повний образ кандидата, наприклад, на спеціальну добірку відео на YouTube. Також персональний сайт кандидата містив систему онлайн-пожертвувачів та інтернет-магазин із символікою Б. Обами. Натомість Дж. МакКейн приділив інтернет-технологіям значно менше уваги, фактично єдиною відповіддю на активність у мережі Б. Обами була чат-конференція з блогерами [7].

В Україні, як і загалом на пострадянському просторі, ефективність інтернет-технологій є дещо нижчою. Це пояснюється тим фактом, що для отримання політичної інформації громадяни здебільшого продовжують орієнтуватися на традиційні ЗМІ. Разом з тим зауважимо, що остання президентська кампанія в Україні продемонструвала значне зростання використання мережі Інтернет у політичній боротьбі. А враховуючи постійне збільшення кількості активних інтернет-користувачів, це поле є надзвичайно перспективним для політичної діяльності. Тому вітчизняні політики дедалі активніше використовують інтернет-комунікацію, як канал взаємозв'язку з громадянами. Враховуючи стрімкий розвиток мережевих комунікаційних засобів і каналів, сучасний політик та політична партія, які прагнуть досягти успіху, просто зобов'язані не лише мати власні інтернет-ресурси, а й бути їхнім активним користувачем.

Основними каналами спілкування у віртуальному просторі, якими послуговуються вітчизняні політики, є сторінки в соціальних мережах, власні канали на інтернет-сервісах, персональні сайти політиків, партійні сайти, блоги на спеціалізованих ресурсах або ж на сайтах популярних мережевих видань. Затребуваними залишаються і публікації в електронних медіа. Проте найбільш поширеним з перелічених інструментів ефективної комунікації в українському політикумі є соціальні мережі.

Facebook, Twitter та інші ресурси вже давно використовуються політиками для інформування та мобілізації інтернет-аудиторії, а також для швидкого контакту з ними.

З точки зору громадянина, як суб'єкта політики, використання інтернет-технологій також має свої позитивні наслідки. Через механізм комунікації за посередництва Інтернету (звернень, петицій, обговорень, коментарів тощо), він має певний вплив на чиновників, а також може брати участь у безпосередньому керуванні політичною партією та впливати на її діяльність. Зі свого боку, політичні партії почали активно використовувати Інтернет як реальний інтерактивний канал зв'язку з населенням, а також як інструмент своєї політичної діяльності. Отримавши певний обсяг інформації від своїх потенційних виборців, представники політичних партій змушені проаналізувати свій план дій, свої стратегічні цілі та програму партії на їх відповідність очікуванням електорату, тоді як відкритість та оперативність поширення інформації у мережі зобов'язує політичні партії реалізувати принципи правдивості та законності, примушуючи їх удосконалюватися та постійно підвищувати ефективність власної діяльності. Політичні інтернет-комунікації виступають також середовищем мобілізації виборців та рекрутування нових членів партії. Такий мобілізаційний потенціал інтернет-комунікацій полягає в об'єднанні окремих користувачів за спільними інтересами, внаслідок чого формується віртуальне громадянське суспільство, що означає вищий рівень організованості громадян у питанні узгодження своїх політичних запитів, а відповідно і їх результативність [10].

Тобто можна стверджувати, що за посередництва інтернет-технологій відбувається активна та ефективна комунікація між окремими політичними суб'єктами.

Останнім часом досвід розвинутих країн демонструє високий рівень впровадження інтернет-технологій у практику державного управління для побудови відкритого й транспарентного суспільства. За умов належного використання вони дають змогу якісно змінювати не лише діяльність політиків і політичних партій, а й традиційних політичних інститутів з метою реалізації їхньої діяльності в рамках функціонування електронної демократії, прикладом якої вже є впровадження систем електронного голосування та електронного урядування [6].

Зауважимо, що проект електронного уряду активно розвивається в Україні. Скажімо, в останні роки було створено багато електронних сервісів, а нова українська влада вже розробляє конкретні шляхи та механізми для прискорення реалізації цього проекту.

Не викликає сумніву, що використання сучасних інтернет-комунікацій потенційно може забезпечити оперативніше та ефективніше функціонування політичної системи в цілому. Однак поряд з позитивними наслідками широкого їх використання в політичному процесі існують і суттєві ризики. Зокрема, дослідники стверджують, що сучасні інформаційні технології використовуються не тільки як засіб комунікації, а і як знаряддя боротьби з конкурентами [2]. Також у віртуальному просторі розгортаються гострі політичні дискусії, у результаті яких посилюється політичне протистояння й відповідно рівень напруженості в суспільстві; за умови передачі великих обсягів інформації постає проблема її ефективного відбору та структурування для подальшого аналізу; за посередництва мережевих каналів можуть формуватися потреби, цінності, політичні погляди на основі маніпулятивних впливів.

Таким чином, сучасні політичні інтернет-комунікації є невід'ємною складовою медіатизації політичного процесу. Їх активне використання суб'єктами політики можна пояснити рядом переваг щодо традиційних (які також продовжують використовуватися) форм передачі політичної інформації. Наприклад, можемо стверджувати, що вони забезпечують інтерактивність та оперативність зворотного зв'язку всіх учасників політичного процесу; сприяють відкритості суспільства та політичній соціалізації особистості; формують нову політичну культуру; забезпечують функціонування інформаційного простору для інтернет-користувачів з різними цілями комунікації, а також сприяють розвитку електронної демократії та електронного урядування.

Водночас потрібно пам'ятати про те, що інтернет-комунікації можуть використовуватися суб'єктами політичного процесу як інструмент інформаційної протидії, а також для здійснення маніпулятивного впливу. Тому активне використання та багатоаспектність інтернет-комунікацій у політичному процесі зумовлюють необхідність їх подальшого наукового дослідження.

Список використаних джерел

1. *Безносков М. А.* «Медіатизация» политики и её опасность для демократии [Электронный ресурс] / М. А. Безносков. – Режим доступа: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Soc_dos/2010_891/Beznos.pdf. – Загл. с экрана.
2. *Белкин С.* Интернет и власть / С. Белкин, В. Воронин, С. Устименко // *Власть.* – 1999. – № 9. – С. 28.

3. *Блінцова В. О.* Процес медіатизації політики та функції мас-медіа в сучасному суспільстві / В. О. Блінцова // Актуальні проблеми політики. – 2013. – Вип. 49. – С. 126–131. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2013_49_15. – Назва з екрана.

4. *Вахрамєєва Н. Ю.* Інтернет-комунікації у діяльності політичних партій / Н. Ю. Вахрамєєва // Наук. пр. Чорноморського держ. ун-ту ім. П. Могили. Сер. : Політологія. – 2011. – Т. 155, Вип. 143. – С. 32–36. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdupol_2011_155_143_8. – Назва з екрана.

5. *Дмитриев Е. И.* Основные факторы изменения роли СМИ в процессе глобализации информационного пространства / Е. И. Дмитриев // Философия и социальные науки. – 2007. – № 3. – С. 36–39.

6. *Закіров М.* Сучасні інформаційно-комунікаційні технології як фактор еволюції соціально-політичних відносин / М. Закіров // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – 2017. – Вип. 46. – С. 11–30.

7. *Кедик В.* Інтернет як інструмент політичної комунікації в Україні [Електронний ресурс] / В. Кедик. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2011/02/12/5901058/>. – Назва з екрана.

8. *Костиця І.* Медіатизація політики та політизація ЗМІ як тенденції політичного процесу в Україні / І. Костиця // Політичний менеджмент. – 2013. – № 1. – С. 109–118.

9. *Краснякова А. О.* Інтернет-комунікація як чинник становлення політичної суб'єктності особистості / А. О. Краснякова // Проблеми політичної психології. – 2015. – Вип. 2. – С. 243–253. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pppr_2015_2_24.

10. *Михальчук С. О.* Інноваційний характер впливу Інтернет-комунікацій на політичні процеси сучасності / С. О. Михальчук // Грані. – 2015. – № 1. – С. 119–124. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_1_24. – Назва з екрана.

11. *Недбай В. В.* Інноваційні медіа-технології в системі політичних комунікацій : автореф. дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.02 / В. В. Недбай ; наук. консультант Л. І. Кормич ; Нац. ун-т «Одеська юридична академія». – Одеса, 2012. – 32 с.

12. *Федорова Е. В.* Медиатизация как важный ресурс современного политического процесса, направленный на адаптацию политических субъектов к новым формам массовых коммуникаций [Электронный ресурс] / Е. В. Федорова // Вестник Евразийской науки. – 2018. – № 3. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/14 ECVN318.pdf>. – Загл. с экрана.

13. *Широких О. В.* Моделі комунікаційного процесу [Електронний

ресурс] / О. В. Широких. – Режим доступу: http://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2017/01/034_shir.pdf. – Назва з екрана.

14. Яковлев Д. В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація : монографія / Д. В. Яковлев ; МОН України ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – Одеса : Астропринт, 2009. – 288 с.

15. Ярош Я. Б. Комунікація українських політичних партій з виборцями у соціальних мережах [Електронний ресурс] / Я. Б. Ярош // Політичне життя. – 2018. – № 4. – С. 62–66. – Режим доступу: <http://jpl.donnu.edu.ua/article/view/6242/6271>. – Назва з екрана.

References

1. Beznosov, M. A. Mediatizatciia politiki i ee opasnost dlia demokratii [The «mediatization» of politics and its danger to democracy]. Retrieved from http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Soc_dos/2010_891/Beznos.pdf [in Russian].

2. Belkin, S. (1999). Internet i vlast [Internet and power]. *Vlast – Power*, no. 9, p. 28 [in Russian].

3. Blintsova, V. O. (2013). Protsey mediatyziatsii polityky ta funktsii mas-media u suchasnomu suspilstvi [The Process of Mediatization of the Politics and Function of the Media in Modern Society]. *Aktualni problemy polityky – Current Problems of Policy*, issue 49, pp. 126–131. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2013_49_15 [in Ukrainian].

4. Vakhramieieva, N. Yu. (2011). Internet-komunikatsii u diialnosti politychnykh partii [Internet communication in the activities of political parties]. *Naukovi pratsi Chornomorskoho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly – Scientific Papers of Peter Mohyla Black Sea State University*, ser.: Political Science, Vol. 155, issue 143, pp. 32–36 [in Ukrainian].

5. Dmitriev, E. I. (2007). Osnovnye faktory izmeneniia roli SMI v protsesse globalizatsii informatsionnogo prostranstva [The main factors changing the role of the media in the globalization of the information space]. *Filosofia i sotcialnye nauki – Philosophy and Social Sciences*, no. 3, pp. 36–39 [in Russian].

6. Zakirov, M. (2017). Suchasni informatsiino-komunikatsiini tekhnologii yak faktor evoliutsii sotsialno-politychnykh vidnosyn [Modern Information and Communication Technologies as a Factor of Socio-political Relations Evolution]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 46, pp. 11–30. <https://doi.org/10.15407/np.46.011> [in Ukrainian].

7. Kedyk, V. Internet yak instrument politychnoi komunikatsii v Ukraini [Internet as a tool of political communication in Ukraine]. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/columns/2011/02/12/5901058/> [in Ukrainian].

8. Kostyria, I. (2013). Mediatyzatsiia polityky ta polityzatsiia ZMI yak tendentsii politychnoho protsesu v Ukraini [Mediatization of politics and politicization of the media as a tendency of the political process in Ukraine]. *Politychnyi menedzhment – Political Management*, no. 1, pp. 109–118 [in Ukrainian].

9. Krasniakova, A. O. (2015). Internet-komunikatsiia yak chynnyk stanovlennia politychnoi subiektnosti osobystosti [Internet communication as a factor of political subjectivity of the individual]. *Problemy politychnoi psykholohii – Problems of Political Psychology*, issue 2 (16), pp. 243–253. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/pppr_2015_2_24. Kyiv [in Ukrainian].

10. Mykhalchuk, S. O. (2015). Innovatsiinyi kharakter vplyvu Internet-komunikatsii na politychni protsesy suchasnosti [The innovative nature of the impact of Internet communications on the political processes of today]. *Hrani – The Faces*, no. 1, pp. 119–124. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_1_24. <https://doi.org/10.15421/1715022> [in Ukrainian].

11. Nedbai, V. V. (2012). Innovatsiini media-tekhnologii v systemi politychnykh komunikatsii [Innovative media technologies in the political communication system]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Odesa [in Ukrainian].

12. Fedorova, E. V. (2018). Mediatizatsiia kak vazhnyi resurs sovremennoho politicheskogo protsesa, napravlennyi na adaptatsiiu politicheskikh subektov k novym formam massovykh kommunikatsii [Mediatization as an Important Resource of the Modern Political Process aimed at Adaptation of Political Subjects to New Forms of Mass Communication]. *Vestnik Evraziiskoi nauki – Journal of Eurasian Science*, no. 3. Retrieved from <https://esj.today/PDF/14 ECVN318.pdf> [in Russian].

13. Shyrokykh, O. V. Modeli komunikatsiinoho protsesu [Models of communication process]. Retrieved from http://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2017/01/034_shir.pdf [in Ukrainian].

14. Yakovlev, D. V. (2009). Politychna vzaiemodiia yak komunikativnyi protses: mediatyzatsiia, demokratyzatsiia, ratsionalizatsiia [Political interaction as a communicative process: mediatization, democratization, rationalization]. Odesa [in Ukrainian].

15. Yarosh, Ya. B. (2018). Komunikatsiia ukrainskykh politychnykh partii z vybortsiamy u sotsialnykh merezhakh [Communication of Ukrainian political parties with voters on social networks]. *Politychne zhyttia – Political*

Life, no. 4, pp. 62–66. Retrieved from <http://jpl.donnu.edu.ua/article/view/6242/6271> <http://doi.org/10.31558/2519-2949.2018.4.10> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 04.08.2019.

Mykhailo Demianenko,

PhD (Political), Research Associate,
V. I. Vernadsky National Library of Ukraine
Kyiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3711-3311>

**Internet Communication as a Component of the Mediatization of Policy Process:
the Socio-Communication Aspect**

The article is concerned with the study of the mediation of the political process in the conditions of Internet communications, from the standpoint of information and communication approaches. Some aspects of evolution of the concept are considered. In this paper the qualitative characteristics are analyzed, the positive and negative aspects of both the mediation of politics and the use of Internet communications as their modern component are identified, as well as the role and tendencies of influence of these processes on the political life of society are generalized.

The process of policy mediation is analyzed as an information-strategic resource, which is caused by the need to adapt the subjects of the political process to the modern information and communication environment.

The essence and features of Internet communications in the field of mediatization of policy have been considered. The basic principles of their communicative influence and differences in dissemination of information through traditional and new forms of mass communication are revealed. In this context, Internet technologies are considered as part of the political process, as well as its adapting to a new way of disseminating information through the use of new media communication in political activity.

Keywords: mediatization of policy; Internet Communications, Internet Technologies, Mass Media, Mass Communication, Political Process, subjects of politics.