

УДК [316. 347 : 334. 3 : 324] (477. 61)

Лебідь Л. І.

ЕТНОКУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ ЕЛЕКТОРАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ЛУГАНЧАН У ПАРЛАМЕНТСЬКІЙ КАМПАНІЇ 2012 РОКУ

Інтерес до соціології з боку громадськості зазвичай посилюється напередодні виборів. Дані соціологічних опитувань стають предметом роздумів як політиків, так і простих громадян. Вони слугують основою розробки програм різних політичних сил, прогнозування результатів виборів і навіть маніпуляції суспільною свідомістю. Український соціолог І. Кононов з цього приводу зазначає: «Для представників правлячого класу, що беруть участь у виборах, знання про суспільство – лише засіб досягнення своєї мети, яка ніяк не пов'язується з суспільним благом. Тому і до соціології у них формується ставлення як до знаряддя обману» [1, с. 10]. Соціологія як наука є вільною від політичних уподобань. Її завдання – дати об'єктивний опис стану суспільства та на основі цього встановити причинно-наслідкові зв'язки. Не винятком у цьому плані є електоральна соціологія. Дана галузь знання, за визначенням О. Вишняка, «вивчає структуру і динаміку електоральних установок і поведінки виборців і фактори, що їх визначають» [2, с. 212].

Електоральні дослідження стали доволі популярними у ХХ ст., що зумовлено становленням і розвитком демократії у багатьох країнах. В Україні підвищений інтерес до електоральної соціології з'являється з набуттям незалежності. Дослідженням проблеми політичних пріоритетів і вибору українців займалися Є. Головаха, Н. Паніна, О. Вишняк, В. Полторак, В. Паніотто, М. Чурилов, І. Кононов та ін.

Дослідники виокремлюють три теорії електоральної поведінки – соціологічну, що пояснює електоральний вибір солідарністю з певними соціальними групами, соціально-психологічну, яка акцентує увагу на ідентифікації виборців з певними партіями та ідеологіями, і теорію раціонального вибору [2, с. 154]. В ідеалі людина повинна голосувати за ту політичну силу, яка створюватиме умови для задоволення базових потреб. Проте політична практика доводить, що електоральну поведінку не завжди можна пояснити теорією раціональної дії. Електоральна поведінка українців детермінується низкою чинників. З огляду на те, що Україна є мультикультурною державою, припускаємо, що на активність виборців та їх пріоритети можуть впливати етнокультурні фактори. В рамках даної статті маємо на меті визначити, яку роль відіграють етнокультурні фактори у мотивації електоральної поведінки в парламентській кампанії 2012 року на прикладі м. Луганськ.

Інформаційною основою статті стали результати соціологічного опитування «Політичні партії та населення у період передвиборчої кампанії: контекст великого міста», проведеного колективом кафедри

філософії та соціології ЛНУ імені Тараса Шевченка та Центром з вивчення суспільних процесів та проблем гуманізму у період з 24 вересня по 13 жовтня 2012 (n=1100 чол., вибіркова сукупність репрезентативна для населення Луганська за параметрами віку, статі та району проживання).

Перш ніж перейти до визначення ролі етнокультурних факторів в електоральній поведінці, вважаємо за доцільне дати опис етнокультурної ситуації у м. Луганськ. У 1989 р. напередодні отримання Україною незалежності частка українців та росіян у структурі населення Луганської міськради становила 42,2 % та 53,9 % відповідно [3, с. 133]. Наприкінці 90-х рр. ХХ ст. чисельність даних етнічних груп дещо змінилася. Наприклад, у дослідженнях І. Кононова відзначається, що «під час опитування 1998 р. у вибірку сукупність, яка формувалася за квотним принципом (стать, вік, освіта, місце проживання) потрапило 51,9% українців і 45,3% росіян» [3, с. 153 – 154]. 10 років потому українці також переважали у етнічній структурі населення, проте їхня частка збільшилася. Так у 2007 р. за результатами опитування, проведеного у м. Луганськ, українцями за етнічною приналежністю вважало себе вже 63,1 %, а росіянами – 28,7 % (див. табл. 1).

Таблиця 1

Етнічна приналежність луганчан за результатами соціологічних опитувань¹ (у %)

Етнічна приналежність	2007 (n=363)	2010 (n=707)	2012 (n=1100)
Українці	63,1	64,5	69,5
Росіяни	28,7	23,8	17,5
Інші етнічні групи	2,1	1,7	0,9
Не відповіли	6,1	10,0	12,1
Усього	100,0	100,0	100,0

Впродовж останніх п'яти років тенденція до збільшення частки респондентів, які вважають себе українцями, та зменшення росіян зберігається. Не виключено, що у 2012 році на ці процеси певний вплив здійснили вибори у Верховну Раду. Вони, на наш погляд, сприяли актуалізації української ідентичності.

Встановлено, що змінні «стать» та «рівень освіти» несуттєво впливають на змінну «етнічну приналежність індивіда». За допомогою

¹ У таблиці наведено результати опитувань, проведених колективом кафедри філософії та соціології ЛНУ імені Тараса Шевченка та Центром з вивчення суспільних процесів та проблем гуманізму у 2007, 2010 та 2012 рр. в м. Луганськ (вибіркова сукупність репрезентативна для населення Луганська за параметрами віку, статі та району проживання).

хі-квадрат тесту статистично підтверджено наявність певної асиметрії між українцями та росіянами щодо розподілу за віковими групами. Так серед молоді менший відсоток опитаних порівняно з вибіркою в цілому вважає себе росіянами та більший – українцями. У старшій віковій категорії фіксується прямо протилежна тенденція – менший відсоток ідентифікує себе з українцями, а більший – з росіянами (табл. 2).

Таблиця 2
**Етнічна приналежність луганчан з урахуванням змінної «вік»
 (у %)**

Етнічна приналежність		Вікові групи			Всього
		18–29	30–59	60 і старші	
Українці	Абсолютна частота	219	365	181	765
	Відносна частота	74,2	69,8	64,2	69,5
Росіяни	Абсолютна частота	31	95	67	193
	Відносна частота	10,5	18,2	23,8	17,5
Інші етнічні групи	Абсолютна частота	1	6	2	9
	Відносна частота	0,3	1,1	0,7	0,8
Не відповіли	Абсолютна частота	44	57	32	133
	Відносна частота	14,9	10,9	11,3	12,1
Усього	Абсолютна частота	295	523	282	1100
	Відносна частота	100,0	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	
Pearson Chi-Square		21	6	0,002	

Припускаємо, що етнічна ідентичність старших вікових категорій сформувалася дуже давно. Вони встановлюють свою національність за радянським зразком – з урахуванням історичних коренів своїх батьків. Соціалізація молодого покоління відбувалася переважно за часів незалежності нашої держави. Наявність паспорта громадянина України може бути підставою для відповідної етнічної ідентичності. Це, на нашу думку, сприяє збільшенню частки луганчан, які вважають себе українцями.

Проблема етнічної ідентичності тісно пов'язана з мовним питанням. І. Кононов з цього приводу зазначає: «Комунікативна природа етнічного життя пов'язана з презумпцією зрозумілості світу. Презумпція зрозумілості забезпечує решту обмінних процесів, які конституують етнос. Зрозумілість передбачає мовну реконструкцію світу. Тим самим етнічне життя уможливорюється мовою. Це не обов'язково мусить бути

одна-єдина мова. Їх може бути й дві, і навіть більше, але вони повинні забезпечувати презумпцію зрозумілості для відповідного народу» [3, с. 228]. В м. Луганськ, незважаючи на переважання частки українців у структурі населення, 75,3 % опитаних відзначають, що вдома спілкуються переважно російською (табл. 3). В даному випадку українська етнічна приналежність індивіда у більшості випадків не підтверджується відповідними мовленнєвими практиками.

Таблиця 3

Розподіл відповідей на питання «Якою мовою Ви зазвичай спілкуєтеся вдома?» з урахуванням змінної «етнічна приналежність»

Мова спілкування		Етнічна приналежність				Всього
		Українці	Росіяни	Інші етнічні групи	Не відповіли	
Лише українською	Абсолютна частота	31	8	2	4	45
	Відносна частота	4,1	4,1	22,2	3,0	4,1
Лише російською	Абсолютна частота	564	163	7	94	828
	Відносна частота	73,7	84,5	77,8	70,7	75,3
Російською та українською рівною мірою	Абсолютна частота	164	22		34	220
	Відносна частота	21,4	11,4		25,6	20,0
Не відповіли	Абсолютна частота	6			1	7
	Відносна частота	0,8			0,8	0,6
Усього	Абсолютна частота	765	193	9	133	1100
	Відносна частота	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

За таких умов закономірно, що луганчанам близька ідея двомовності в Україні. Відносна більшість опитаних цілком позитивно або переважно позитивно ставляться до Закону України «Про основи державної мовної політики» (табл. 4).

Таблиця 4

Розподіл відповідей на питання «Як Ви оцінюєте прийняття ЗУ «Про основи державної мовної політики» (Закон Колісніченка – Ківалова)?» з урахуванням змінної «етнічна приналежність»

Ставлення до ЗУ «Про основи державної мовної політики»		Етнічна приналежність				Усього
		Українці	Росіяни	Інші етнічні групи	Не відповіли	
Цілком позитивно	Абсолютна частота	193	66	3	32	294
	Відносна частота	25,7	35,3	33,3	25,0	27,4
Переважно позитивно	Абсолютна частота	150	33	5	24	212
	Відносна частота	20,0	17,6	55,6	18,8	19,7
Позитивно та негативно однаковою мірою	Абсолютна частота	126	18	1	22	167
	Відносна частота	16,8	9,6	11,1	17,2	15,5
Переважно негативно	Абсолютна частота	36	7		9	52
	Відносна частота	4,8	3,7		7,0	4,8
Цілком негативно	Абсолютна частота	39	9		10	58
	Відносна частота	5,2	4,8		7,8	5,4
Важко сказати	Абсолютна частота	206	54		31	291
	Відносна частота	27,5	28,9		24,2	27,1
Усього	Абсолютна частота	750	187	9	128	1074
	Відносна частота	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

В той же час відзначимо, що більший відсоток росіян порівняно з українцями цілком позитивно ставляться до цього заклику (35,3 % опитаних проти 25,7 % відповідно). Отримані дані підтверджують вже усталений статус Луганська як переважно російськомовного міста.

Наразі розглянемо, чи здійснюють вплив означені етнокультурні особливості населення Луганська на їхні електоральні установки та поведінку.

Ставлення українців до акту голосування свідчить про ступінь зрілості демократичного суспільства. Свідомий громадянин не повинен ухилятися від свого обов'язку – прийти на виборчу дільницю і зробити певний політичний вибір. Наміри брати участь у голосуванні можна вважати одним із показників специфіки електоральних установок населення. Динаміка явки українців на парламентських виборах свідчить про зниження їхньої активності як по країні в цілому, так і по Луганській області зокрема (див. табл. 5).

Таблиця 5

Явка виборців на парламентські вибори (за даними ЦВК)[4]¹

	1998 (у %)	2002 (у %)	2006 (у %)	2007 (у %)	2012 (у %)
Активність виборців					
По Україні	69,64	65,22	58,97	57,94	57,99
По Луганській області	66,56	61,18	61,09	61,42	57,67

Слід відзначити, що прогнозована явка виборців (за результатами соціологічних опитувань) була дещо вищою. Так за даними Центру соціальних та маркетингових досліджень «Социс» станом на 17 жовтня 2012 р. 8, 5 % респондентів не збиралися брати участь у виборах і ще 18,3 % – обрали позицію «важко відповісти»² [5]. В ході регіонального опитування була встановлено, що 69 % луганчан мають намір голосувати 28 жовтня. Що ж стало причиною такого зниження активності і чому реальна явка виявилася нижчою за прогнозовану?

Поширеним є переконання, що в Україні небажання йти на вибори набуло форми протесту. На думку професора політології О. Гараня, українці таким чином демонструють, що кандидати в народні депутати негідні бути обраними. Соціолог Центру Разумкова А. Биченко зазначив, що, наприклад, молодь, не бачить, як вибори можуть змінити її життя [6].

При аналізі даних регіонального соціологічного опитування було встановлено етнокультурну специфіку електоральних установок луганчан. Зафіксовано, що більший відсоток респондентів, які вважають себе росіянами, якщо порівняти з українцями, висловили намір піти на вибори (табл. 6).

¹ Таблиця побудована на основі даних, оприлюднених на офіційному сайті ЦВК.

² Період проведення опитування – 09.10.12 – 15.10.12; виборча сукупність становить 2000 чол.; похибка вибірки – 2,2 %; метод опитування – особисте інтерв'ю.

Таблиця 6

Розподіл відповідей на питання «Чи маєте Ви намір взяти участь у виборах Верховної Ради 28 жовтня 2012 року?» з урахуванням змінної «етнічна приналежність»

Наміри участі у голосуванні		Етнічна приналежність				Всього
		українець	росіянин	інша	не відповіли	
Так	Абсолютна частота	522	146	7	84	759
	Відносна частота	68,2	75,6	77,8	63,2	69,0
Ні	Абсолютна частота	147	30	1	40	218
	Відносна частота	19,2	15,5	11,1	30,1	19,8
Не визначилися	Абсолютна частота	89	17	1	9	116
	Відносна частота	11,6	8,8	11,1	6,8	10,5
Не відповіли	Абсолютна частота	7				7
	Відносна частота	0,9				0,6
Усього	Абсолютна частота	765	193	9	133	1100
	Відносна частота	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

З огляду на те, що хі-квадрат тест не підтвердив наявність статистичного зв'язку між даними змінними, ми не можемо робити однозначних висновків щодо більшої політичної активності етнічних росіян у порівнянні з українцями. Дана теза верифікується результатами попередніх соціологічних досліджень. Наприклад, якщо у 2012 р. фіксуються деякі відмінності між різними етнічними групами щодо електоральних установок, то у 2010 р. напередодні виборів у місцеві органи влади таких розбіжностей між ними щодо намірів взяти участь у голосуванні не було (табл. 7).

Таблиця 7

Розподіл відповідей на питання «Чи маєте Ви намір взяти участь у виборах місцевих органів влади 31 жовтня 2010 року?» з урахуванням змінної «етнічна приналежність»

Наміри участі у голосуванні		Етнічна приналежність			Всього
		Українці	Росіяни	Інші етнічні групи	
Обов'язково	Абсолютна частота	181	70	3	254
	Відносна частота	40,4	42,4	25,0	40,6
Скоріше за все так	Абсолютна частота	117	41	5	163
	Відносна частота	26,1	24,8	41,7	26,1
Поки що не визначився (лася)	Абсолютна частота	74	25	2	101
	Відносна частота	16,5	15,2	16,7	16,2
Скоріше за все ні	Абсолютна частота	38	13		51
	Відносна частота	8,5	7,9		8,2
Точно ні	Абсолютна частота	38	16	2	56
	Відносна частота	8,5	9,7	16,7	9,0
Усього	Абсолютна частота	448	165	12	625
	Відносна частота	100,0	100,0	100,0	100,0

У ході подальшого аналізу ми прагнули встановити, чи існують відмінності між представниками різних етнічних груп щодо мотивації електорального вибору. Опитаним пропонувалося визначити, чим вони керуються, віддаючи перевагу певному політичному суб'єкту. І росіяни, і українці вважають актуальними приблизно однакове коло проблем (див. табл. 8). Проте між ними існують певні відмінності. Так, мотивом електорального вибору для більшої кількості українців порівняно з росіянами стало те, що партія буде відстоювати інтереси Донбасу. Росіян, якщо у порівняти з українцями, більше турбують проблеми тісної співпраці з Росією та захисту російської мови (табл. 8).

Таблиця 8

Розподіл відповідей на питання «Що із запропонованого партією є головним при виборі Вами партії у ході передвиборчої кампанії по обранню депутатів Верховної Ради?» з урахуванням змінної «етнічна приналежність»

Фактори вибору політичної сили		Етнічна приналежність		Всього
		Українці	Росіяни	
Залучення інвестицій у велику промисловість	Абсолютна частота	207	41	250
	Відносна частота	30,8	25,2	29,6
Створення умов для розвитку малого та середнього бізнесу	Абсолютна частота	216	45	263
	Відносна частота	32,1	27,6	31,3
Програма об'єднання Сходу та Заходу країни	Абсолютна частота	139	28	167
	Відносна частота	20,7	17,2	19,8
Обстоювання інтересів Донбасу	Абсолютна частота	236	47	284
	Відносна частота	35,1	28,8	33,6
Захист української мови	Абсолютна частота	50	10	60
	Відносна частота	7,4	6,1	7,1
Захист російської мови	Абсолютна частота	132	49	184
	Відносна частота	19,6	30,1	21,8
Збереження українсько-російської двомовності в регіонах, де вона історично склалася	Абсолютна частота	224	53	277
	Відносна частота	33,3	32,5	33,1
Тісна співпраця з Росією	Абсолютна частота	237	76	313
	Відносна частота	35,2	46,6	37,4
Перспектива вступу в ЄС	Абсолютна частота	75	15	90
	Відносна частота	11,1	9,2	10,8
Утвердження соціальної справедливості	Абсолютна частота	177	43	220
	Відносна частота	26,3	26,4	26,3
Збереження стабільності в країні, запобігання хаосу	Абсолютна частота	322	68	390
	Відносна частота	47,8	41,7	46,7

Розвиток науки	Абсолютна частота	72	23	95
	Відносна частота	10,7	14,1	11,4
Повна українізація духовного життя у країні	Абсолютна частота	18	4	22
	Відносна частота	2,7	2,5	2,6
Орієнтація на церкву	Абсолютна частота	10	8	18
	Відносна частота	1,5	4,9	2,2
Усього	Абсолютна частота	673	163	836
	Відносна частота	80,5	19,5	100

Відзначимо, що у групі росіян позиція «тісна співпраця з Росією» посіла перше місце у списку пріоритетів. Український соціолог І. Кононов зазначає, що «наша країна зацікавлена в російських ринках, в економічній кооперації з російськими підприємствами, в культурних обмінах, в захисті інтересів українців в Росії, в узгодженні дій на міжнародній арені та ін.» [3, с.108]. Отже, з огляду на значну територіальну близькість, вигоди від співпраці з Росією усвідомлюються пересічними луганчанами, в першу чергу етнічними росіянами.

Не зафіксовано принципів відмінностей між українцями та росіянами щодо політичних уподобань. Обидві етнічні групи пріоритет віддають Партії регіонів. За дану політичну силу мали намір голосувати 36,7 % українців та 38,3 % росіян.

Результати регіонального соціологічного опитування дозволяють робити висновок, що фактори етнокультурного характеру не здійснюють вирішального впливу на електоральні установки та поведінку луганчан. Не існує вагомих політичних сил, які б представляли інтереси лише однієї етнічної групи. Українців і росіян турбують приблизно однакові проблеми, розв'язання яких у відносній більшості своїй вони покладають на одну й ту ж партію. Водночас, між представниками даних етнічних груп існують розбіжності щодо факторів вибору політичної сили. Українці та росіяни дещо розходяться у думках щодо значимості таких пріоритетів як відстоювання інтересів Донбасу, тісна співпраця з Росією та захист прав російської мови.

Список використаної літератури

- 1. Кононов І. Ф.** Суспільний вибір у міській громаді / Кононов І. Ф. // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки. – 2011. – № 2 (213). – С. 5 – 21.
- 2. Вишняк О. І.** Електоральна соціологія: історія, теорія, методи / Вишняк О. І. – К. : Ін-т соціології НАНУ, 2000. – 308 с.
- 3. Кононов І. Ф.** Етнос. Цінності. Комунікація (Донбас в етнокультурних координатах України) / Ілля Кононов. – Луганськ : Альма-матер, 2000. – 494 с.
- 4. WEB-сайт** Центральної виборчої комісії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cvk.gov.ua/>.
- 5. Результаты** социологических опросов. Парламентские выборы [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://ukraine-elections.com.ua/socopro/parlamentskie_vybory/2. **6. Почему украинцы не хотят идти на выборы** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kr.ua/daily/280212/327020/>.

Лебідь Л. І. Етнокультурні фактори електоральної поведінки луганчан у парламентській кампанії 2012 року

У статті на основі даних регіональних соціологічних опитувань подається опис динаміки етнічної структури населення м. Луганська. Встановлюється специфіка найчисленніших етнічних груп у місті – українців і росіян. Підкреслюється, що фактори етнокультурного характеру не здійснюють вирішального впливу на електоральні установки та поведінку луганчан. Українців і росіян турбують приблизно однакові проблеми, розв'язання яких відносна більшість респондентів покладає на одну й ту ж партію. Водночас, між представниками даних етнічних груп існують розбіжності щодо факторів вибору політичної сили. Українці та росіяни дещо розходяться у думках щодо значимості таких пріоритетів як обстоювання інтересів Донбасу, тісна співпраця з Росією та захист прав російської мови.

Ключові слова: етнічна приналежність, електоральна поведінка, електоральні установки, «українці», «росіяни».

Лебедь Л. И. Этнокультурные факторы электорального поведения луганчан в парламентской кампании 2012 года

В статье на основе данных региональных социологических опросов анализируется динамика этнической структуры населения г. Луганска. Устанавливается специфика наиболее многочисленных этнических групп в городе – украинцев и русских. Подчеркивается, что факторы этнокультурного характера не оказывают решающего влияния на электоральные установки и поведение луганчан. Украинцев и русских беспокоят примерно одинаковые проблемы, решение которых относительно большинство возлагает на одну и ту же партию. В то же время, между представителями данных этнических групп существуют разногласия относительно факторов выбора политической силы. Украинцы и русские несколько расходятся во мнениях относительно значимости таких приоритетов как отстаивание интересов Донбасса, тесное сотрудничество с Россией и защита прав русского языка.

Ключевые слова: этническая принадлежность, электоральное поведение, электоральные установки, «украинцы», «россияне».

Lebed' L. I. Ethnical and Cultural Factors of the Electoral Behavior of Luhansk Residents during the Electoral Campaign of 2012

On the basis of regional polls here analyzed the dynamics of the ethnic structure of the population of Luhansk. There was determined specificity of the most numerous ethnic groups in the city - Ukrainians and Russians. It is emphasized that the nature of the ethno-cultural factors does not have a

decisive influence on the electoral attitudes and behavior of the residents of Luhansk. Ukrainians and Russians concerned about the same problems and they hope that only one political party can solve them. At the same time, among the representatives of these ethnic groups there is less agreement on the factors of choice of political power. Ukrainians and Russians are somewhat disagree on the importance of such priorities as protection of the interests of Donbass region, closer cooperation with Russia and protection of the Russian language.

Key words: ethnic groups, electoral behavior, electoral attitudes, Ukrainians and Russians.

Стаття надійшла до редакції 18. 12. 2012 р.

Прийнято до друку 29. 03. 2013 р.

протоколом № 6.

Рецензент – д. соц. н, професор

Рущенко І. П.

УДК [324 : 070.1] (477.61)

Петренко О. С.

**ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПАРТІЇ ТА КАНДИДАТІВ-
МАЖОРИТАРНИКІВ У ХОДІ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ
2012 РОКУ (НА ПРИКЛАДІ МЕШКАНЦІВ М. ЛУГАНСЬКА)**

Електоральний вибір здійснюється на базі інформації, що людина отримує з різних джерел: зі ЗМІ, від найближчого оточення, з агітаційної діяльності партій, роблячи висновки безпосередньо з життєвого досвіду. Цікавим є питання про те, які джерела інформації найбільш важливі і чи є якісь зміни у співвідношенні їх впливів. Особливу увагу варто приділити питанню взаємодії різних ЗМІ, зважаючи на стрімке поширення Інтернету. М. Кастельє слушно відзначав тенденцію до конвергенції, тобто взаємопроникнення різних ЗМІ та Інтернету [1, с. 220–239]. Так, служби новин багатьох каналів мають свої сторінки у соціальних мережах і сайти, а випуски новин по телебаченню все частіше включають інформацію, взяту зі Всесвітньої мережі. Газети та журнали формують свій контент, виходячи з інформації інтернет-ресурсів, і заводять власні сайти; розширюється вплив інтернет-видань. Політичні партії та громадські організації теж не стоять осторонь, їх присутність в Інтернеті забезпечується сайтами, сторінками у соціальних мережах, і, навіть, цілеспрямованим та оплаченим коментуванням матеріалів в інтересах певної політичної сили. Можна сказати, що вплив Всесвітньої мережі на політичні комунікації, як прямий так і опосередкований, зростає і буде зростати.